

ADEMÁS:

Luis Estrada habla de 'Las Muertas'

SEPTIEMBRE 2025

Newsweek®

EN ESPAÑOL

NEWSWEEKESPANOL.COM



HECHO EN MÉXICO:

LOS ROSTROS DETRÁS DE LA ECONOMÍA DE CREADORES



TEQUILA

HORNITOS® CRISTALINO

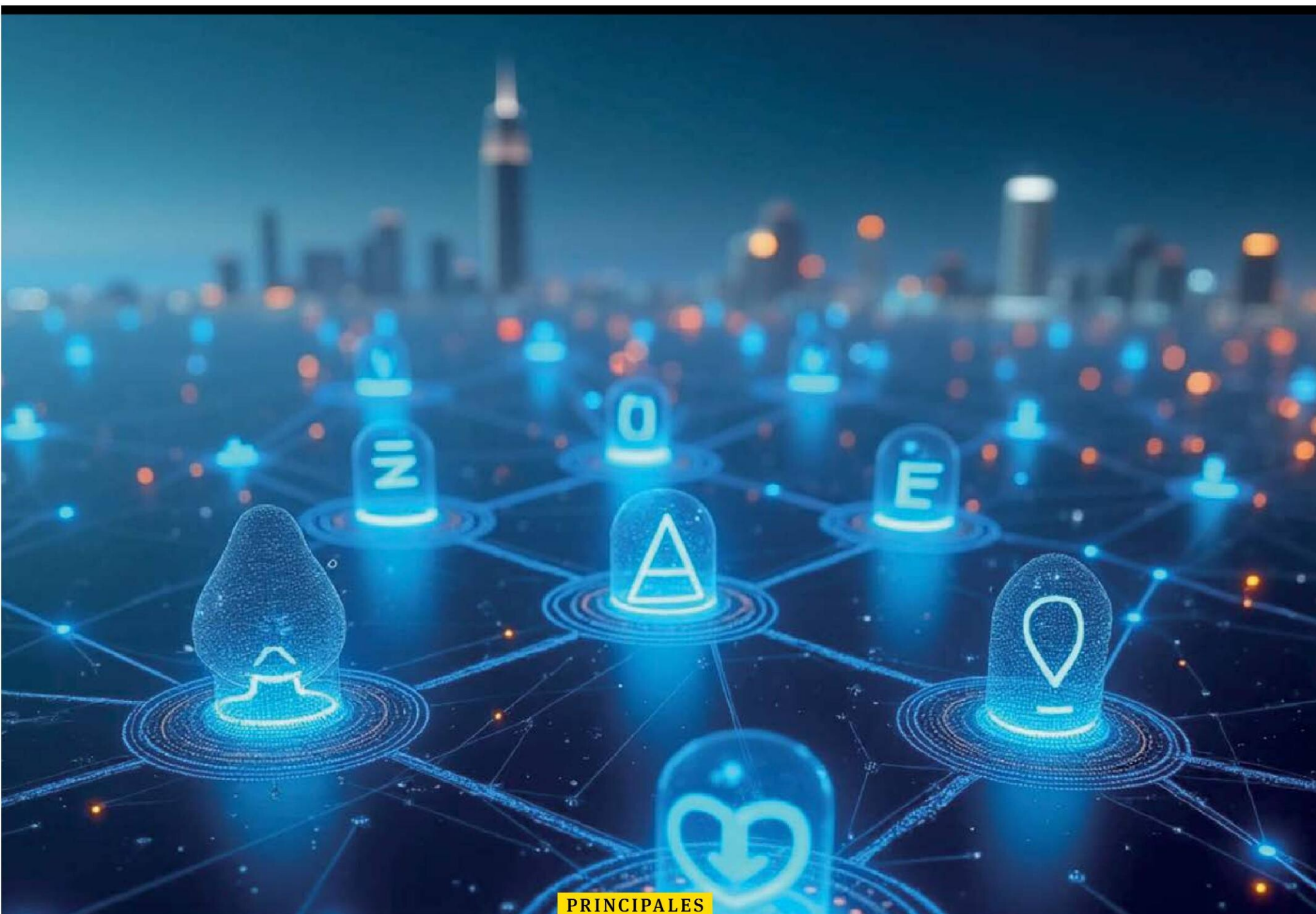
#SIEMPRESUAVE

#SIEMPREFRESCO

EVITA EL EXCESO

WWW.ALCOHOLINFORMATE.ORG.MX

SSA 253300201A1650



PRINCIPALES

4

EN FOCUS

DONALD TRUMP SE 'LUCE' CON EL TROFEO DEL MUNDIAL 2026

PORTADA:

PALOMA FERNÁNDEZ B. -@ABSURDO.LAB-



Facebook /Newsweek en Español

X @NewsweekEspanol

Instagram @newsweekenespanol

TikTok: @newsweekespanol

8

LOS ROSTROS DETRÁS DE LA ECONOMÍA DE CREADORES

De pioneros digitales
a empresarios globales.

28

EN ASCENSO

LA ESCALADA EN
ROCA ESTÁ GANANDO
POPULARIDAD GRACIAS
A SUS BENEFICIOS
FÍSICOS, MENTALES
Y SOCIALES.

SECCIONES

InFocus

4 Las noticias en imágenes

Portada

8 Los rostros detrás de la Economía de Creadores

Hecho en México



14 Contra la desinformación y con humor: el camino de la 'Morra Científica'



20 El lado B de los destilados mexicanos: Sotol, Bacanora y Mezcal

Salud

26 Los peligros reales de los pesticidas

Horizontes



28 En ascenso

34 La sátira como cuchillo: Ibargüengoitia y Estrada frente a la tragedia mexicana

Cultura



38 El caballero oscuro de Tenochtitlán: la (re)invención de un ícono

42 Tour de Cine Francés: 29 años de historias que unen a México y Francia

44 IN SILENTES
IN SOLENTES
IN SUMISAS

46 'En Buenos Aires, la guerra era un relato; en las islas, era cuestión de vida o muerte'



DIRECTORA GENERAL _ Gloria Márquez
DIRECTOR COMERCIAL _ Manuel Montes de Oca

NEWSWEEK EN ESPAÑOL

Director general adjunto _ Miguel Ángel Jaime
Directora editorial _ Camila Sánchez Bolaño
Coordinador editorial _ Joel Aguirre A.
Diseño editorial _ Abraham Solís Saldaña
Reporteros y editores web _ Kenia Hernández Rivera, Luis Baylón y Emilio Flores
Redes sociales _ Paloma Corvera y Andrea García
Traducción _ Anette Agraz
Colaboran en esta edición _ Jessica Nasser, Matthew Tostevin, Mónica Cavazos y Fernanda Meraz

NEWSWEEK EN ESPAÑOL, UNA DIVISIÓN
DE NEWS FOR AMERICA LLC

NEWSWEEK MAGAZINE
PUBLISHED BY Newsweek LLC

EDITORA GLOBAL EN JEFE _ Jennifer H. Cunningham
EDITORA ADJUNTA _ Diane Harris
VICEPRESIDENTE CREATIVO DE MARCA _ Chris Roberts
VICEPRESIDENTA DIGITAL _ Laura Davis
DIRECTORA DE OPERACIONES _ Melissa Jewsbury
EDITOR DE PROYECTOS ESPECIALES _ Josh Hammer

NEWSWEEK (ISSN0028-9604) IS PUBLISHED BY NEWSWEEK LLC, 7 HANOVER SQUARE, 5TH FLOOR, NEW YORK, NY 10004. PUBLISHED IN COOPERATION WITH NEWSWEEK. NEWSWEEK.COM

PARTE DEL MATERIAL EDITORIAL DE ESTA REVISTA
ES PUBLICADO BAJO LICENCIA DE NEWSWEEK

NEWSWEEK EN ESPAÑOL (ISSN: 1091-3416): Editada en México por News For America LLC. Circuito Interior Melchor Ocampo 193, Locales J28 y J29, Planta Alta. Plaza Galerías. Col. Verónica Anzures, Miguel Hidalgo, CP 11300. Reserva de uso de Título No. 04-2000-072412234900-102. Certificado de Licitud de Título No 11424 y Certificado de Licitud de Contenido No. 8019 ante la Comisión Calificadora de Publicaciones de Revistas Ilustradas. • Impreso en Vida y Placer Impresiones: Montecito 38, Int. 18, Col. Nápoles. C. P. 03810. Registrada en la Oficina Postal como un semanario de noticias. Derechos reservados bajo la International Copyright Convention y bajo la Pan American Convention. Newsweek es una revista semanal editada desde 1933. Newsweek en Español está escrita y editada para una audiencia mundial y se publica semanalmente bajo licencia de Newsweek LLC. Derechos de propiedad intelectual y de traducción a cualquier idioma reservados en todos los países. Printed in Mexico

NEWSWEEK EN ESPAÑOL (ISSN: 1091-3416) is published weekly. Periodical postage paid at Miami, FL. POSTMASTER: Send address changes to News for America, 6355 NW 36th Street, Suite 507, Virginia Gardens, FL 33166

PRINTED IN MEXICO

Las opiniones expresadas por los autores y colaboradores de Newsweek en Español no reflejan necesariamente la postura de los editores de la publicación. Asimismo, Newsweek en Español investiga acerca de la seriedad de sus anunciantes, pero no se responsabiliza por las ofertas relacionadas con estos.

Circulación certificada por el Instituto Verificador de Medios. Registro No. 312/01

Comentarios: cartasaleditor@newsweekespanol.com

NEWSWEEK EN ESPAÑOL / VOL. 29, N° 8; SEPTIEMBRE 2025 © 2025

Publicada por News for America LLC bajo licencia de Newsweek, Inc. Todos los derechos reservados.

VENTAS DE PUBLICIDAD: publicidad@newsweekespanol.com



**Entérate
de los temas
de relevancia.
Ponemos las
noticias al alcance
de tu mano.**

JEFE DE JEFES.

Clark Hunt, director ejecutivo
de Kansas City, habla sobre cómo convertirse
en el mejor equipo de la NFL del mundo.

Newsweek

EN ESPAÑOL

Consulta

newsweekespanol.com

Los tiempos se comprenden
mejor si estamos informados
adecuadamente.



Newsweek en Español



@NewsweekEspanol



@newsweekenespanol



@newsweekespanol

Revistas.PeruRadio.net.pe

In Focus

EN LAS IMÁGENES



A photograph of Donald Trump in the Oval Office. He is wearing a dark blue suit and a white shirt, with a small American flag pin on his lapel. He is smiling and looking down at his hands, which are clasped together. The background shows the Oval Office with its characteristic striped drapery and a large American flag.

WASHINGTON D.C.

DONALD TRUMP SE 'LUCE' CON EL TROFEO DEL MUNDIAL 2026

Durante el anuncio del sorteo de la Copa del Mundo 2026, que se realizará el 5 de diciembre en el Kennedy Center de Washington, Donald Trump —vestido con una gorra en la que se lee “Trump tenía razón en todo” —, acompañado por el presidente de la FIFA, Gianni Infantino, tuvo la oportunidad de sostener el emblemático trofeo del Mundial. El mandatario republicano también recibió una entrada gigante, en la fila y asiento uno, para la final del evento deportivo que se disputará el 19 de julio en el estadio MetLife de East Rutherford, Nueva Jersey, a las afueras de Nueva York.

📷 → ANDREW CABALLERO-REYNOLDS / AFP

COCHABAMBA, BOLIVIA

ELECCIONES EN BOLIVIA

El expresidente de Bolivia Evo Morales fue recibido por los residentes de la comunidad Villa 14 de Septiembre, departamento de Cochabamba, con un puñado de confeti minutos antes de votar en las elecciones presidenciales del país. Los bolivarianos acudieron el 17 de agosto a las urnas para una jornada electoral marcada por una profunda crisis económica que ha visto a la izquierda colapsar y a la derecha aspirar su primera oportunidad de poder en 20 años. La segunda vuelta de las elecciones generales, entre Rodrigo Paz Pereira y Jorge "Tuto" Quiroga, será el 19 de octubre.

📷 → FERNANDO CARTAGENA / AFP



CIUDAD DE MÉXICO, MÉXICO

'SELFIE' EN EL PRIMER INFORME DE GOBIERNO DE CLAUDIA SHEINBAUM

El nuevo presidente de la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN), Hugo Aguilar Ortiz, se tomó una selfie con miembros de varias comunidades indígenas durante el Primer Informe de Gobierno de la mandataria de México, Claudia Sheinbaum, ocurrido el 1 de septiembre en Palacio Nacional. Ese día también arrancó una nueva era en el Poder Judicial, luego de que nueve ministras y ministros fueran electos por voto popular. Hasta antes de la reforma de 2024 había 11 ministras y ministros, los cuales eran designadores por los tres poderes de la Unión y su presidencia.

📷 → YURI CORTEZ / AFP



CIUDAD DE MÉXICO, MÉXICO

MARATÓN SOBRE RUEDAS

Con las manos levantadas y la mirada al cielo en señal de agradecimiento, el paratleta Michel Muñoz Malagón cruzó la meta del Maratón de la Ciudad de México (CDMX) 2025 el pasado 31 de agosto. En la competencia participaron más de 30,000 corredores que partieron del Estadio Olímpico Universitario y recorrieron la ruta hasta el Zócalo capitalino. La edición 42, sin embargo, quedó marcada por un episodio lamentable: en el kilómetro 20 un bache ocasionó la caída de un paraatleta que lideraba la prueba en silla de ruedas, lo que provocó un segundo accidente al no poder otro competidor esquivar el obstáculo.

📷 → (MOISÉS PABLO NAVA / CUARTOSCURO)

KUNAR, AFGANISTÁN

UN SISMO Y CINCO RÉPLICAS

Un niño afgano cargó entre sus brazos el cuerpo de un familiar envuelto en una sábana blanca, mientras caminaba junto a una casa dañada por el sismo de magnitud 6 en el este de Afganistán, al que le siguieron al menos cinco réplicas que se sintieron a cientos de kilómetros de distancia. Hasta el 1 de septiembre las autoridades registraron más de 800 muertos y más de 2,700 heridos. En contexto, muchas familias acababan de regresar al país tras haber sido expulsadas de su exilio en Pakistán e Irán. En total cerca de cuatro millones de afganos han vuelto a Afganistán.

📷 → WAKIL KOHSAR / AFP



LOS ROSTROS DETRÁS DE LA ECONOMÍA DE CREADORES

DE PIONEROS DIGITALES A EMPRESARIOS GLOBALES, BRENDA TUBILLA, JUANPA ZURITA Y LUISITO COMUNICA CUENTAN CÓMO SENTARON LAS BASES DE UNA INDUSTRIA QUE CAMBIÓ PARA SIEMPRE EL ENTRETENIMIENTO.

H

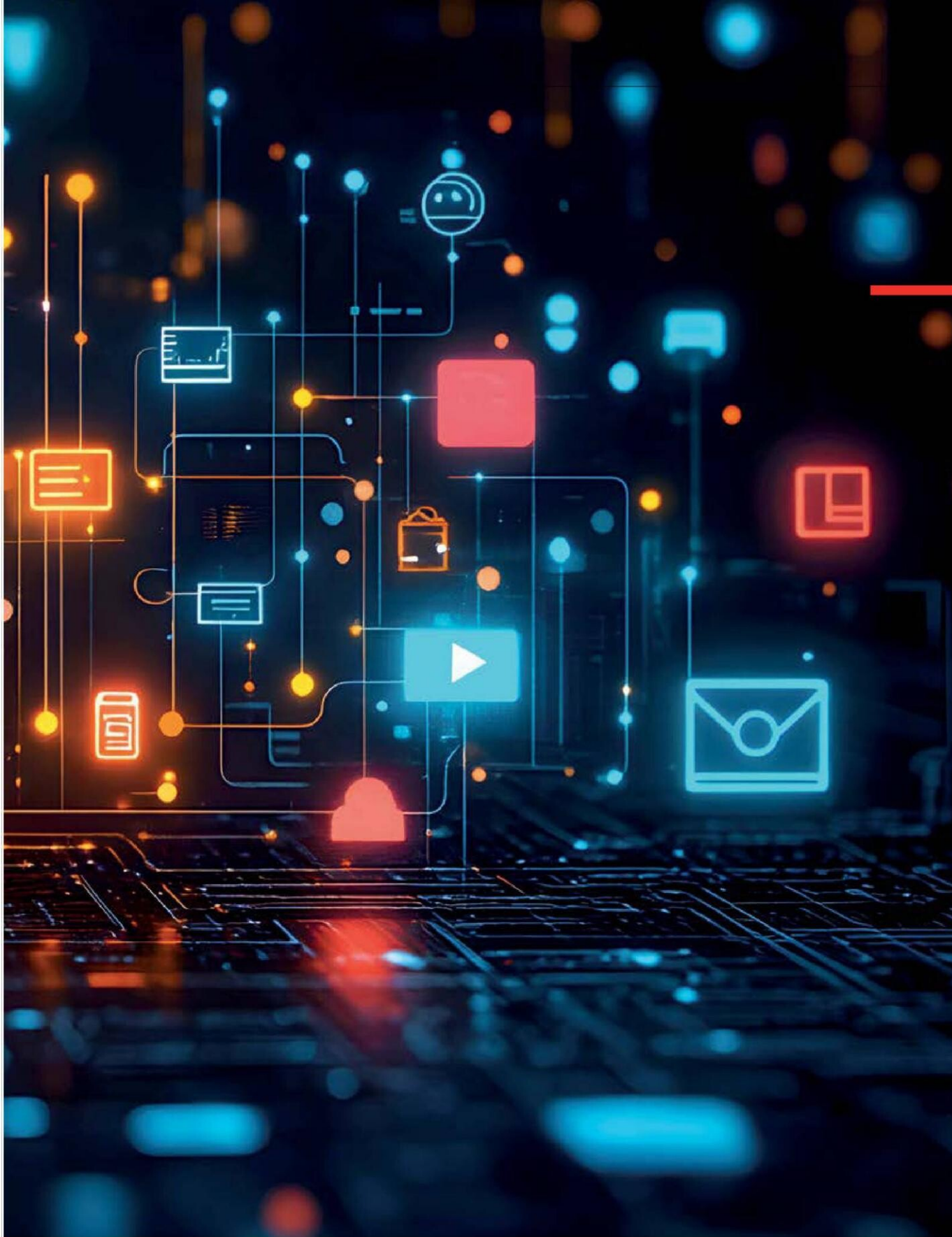
OY EN DÍA, EL VOCABULARIO ES DISTINTO al de hace unas décadas. Mientras hay palabras que desaparecen, hay otras que se integran al diccionario. *Influencer*, *youtuber* y *creador de contenido* son solo algunos términos que nombran profesiones que hace un par de años, para referenciarlas, era obligatorio explicar de qué trataban, qué eran o qué significaban. Actualmente, en tiempos de la creación de contenido, eso ya no es necesario.

En su momento, algunos los catalogaban como internautas, después como *youtubers* y ahora podemos referirnos a ellos también como empresarios. Juan Pablo Martínez-Zurita, Luis Arturo Villar y la estrategia que trabajó detrás de ellos, Brenda Tubilla, son aquellos pioneros que, aunque no inventaron el juego, sí modificaron las reglas.

Estas personalidades se sinceran con *NW Noticias* para conversar cómo es que, de ser jóvenes promesas del

POR

EMILIO FLORES



En 2010 YouTube lanzó su Programa de Socios, permitiendo que los creadores recibieran ingresos por publicidad. En ese momento se plantó la semilla de una industria que hoy genera miles de millones de dólares. Después, cada nueva plataforma como Instagram, Vine, Snapchat y TikTok ha acelerado el fenómeno. Hoy, la llamada “economía de los creadores” está valuada en miles de millones de dólares y se proyecta con un futuro aún más prometedor.

Cuando Brenda, Juan Pablo y Luis comenzaron a ver cómo los suscriptores a sus canales no dejaban de crecer, entendieron el potencial de esta industria en Latinoamérica. “Fuimos creando nuestras propias reglas, adaptando cosas y la verdad es que nuestra visión siempre fue que los creadores fueran tratados igual que un músico, que un actor, que una persona del entretenimiento y creo que en estos 10 años lo hemos logrado con muchísimo éxito”, recuerda Brenda en entrevista con *NW Noticias*.

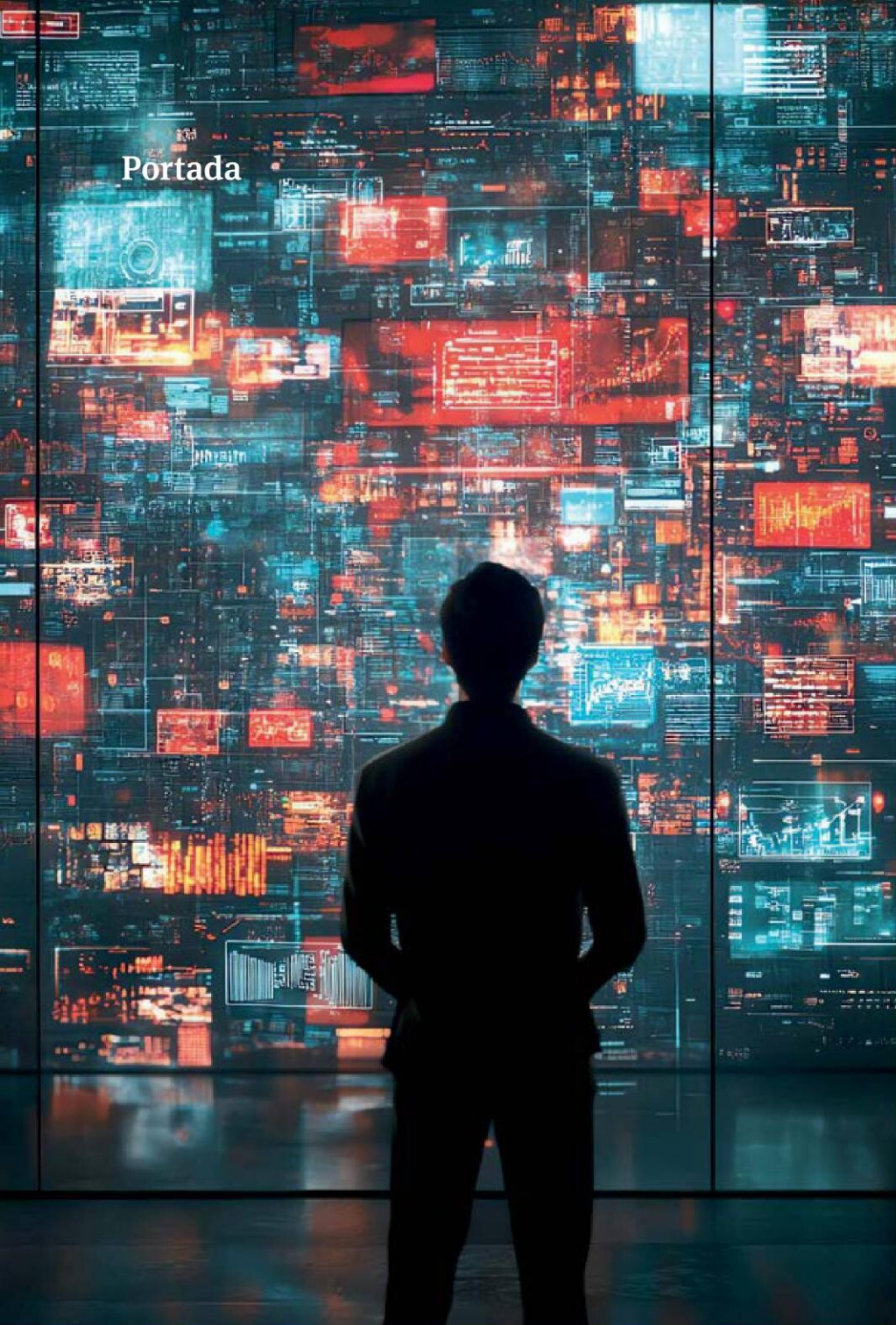
La economía de los creadores es este joven concepto que aterriza todos los beneficios monetarios que un creador de contenido puede generar a partir de compartir su pasión. Mientras en el pasado las celebridades y empresarios eran únicamente presentadores, actores o hijos con un apellido pesado, hoy en día, gracias a la tecnología, cualquiera que tenga un gramo de pasión podría lograrlo.

Juanpa reconoce que en un inicio, todo era una apuesta. “Tocó ganarse el derecho de estar ahí. Yo siento que era tener la creatividad suficiente para hacer la apuesta o el amor suficiente para crear contenido y saber que íbamos a pasar por un proceso donde la gente iba a querer entender si funcionaba o no”.

entretenimiento, hoy son los pioneros del contenido detrás de marcas superexitosas. Para llegar a tal punto fue necesario que se aventuraran a sentar las bases de una industria que apenas se formaba. Hace una década, los retos para un creador de contenido eran distintos: miradas escépticas, pocos usuarios, marcas reacias a cambiar su modelo de publicidad y algunos socios que solo veían en ellos números y seguidores.

Para entonces, la industria todavía era un mar misterioso con tor-

mentas que pocos se atrevían a navegar. Sin embargo, el objetivo de estos pioneros digitales no era el oro, sino el mismo viaje. Antes, para pertenecer al mundo del entretenimiento tenías que pasar por medios tradicionales, ya sea que una disquera apostara por ti o que un canal te cediera cámara. Con el crecimiento de las redes sociales, la puerta quedó abierta para que cualquiera pudiera revelar su talento al mundo. La forma de ver contenido había cambiado por completo.



La fórmula para Luis, Brenda y Juanpa es sencilla: autenticidad, coherencia y transparencia. Así, los tres han conseguido romper las barreras convencionales del entretenimiento. No es casualidad que aquel anhelo personal de grabarse en sus cuartos, con una cámara web que estaba a punto de dejar de funcionar, se convirtiera en un proyecto empresarial que cada día sigue evolucionando.

Juanpa recuerda también cómo su contenido tuvo que evolucionar al haber empezado tan joven: “Hace siete años estaba yo probando filtros de Snapchat, haciendo chistes infantiles o estampándome huevos en la cabeza, y todos están bien. Ninguno está mal. Creo que el error es cuando, por querer quedarte con algo que ya funcionó, lo sigues perfeccionando. [...] Ese es el verdadero peligro, porque dejas de nutrir y dejas de compartir ese lugar real y pasional. Solamente estás repitiendo una fórmula que ya te funcionó”.

El trabajo con sus equipos les permitió trazar un camino que, por cuenta propia, quizá no habrían logrado recorrer. Luis confiesa: “Una cosa que sí aprendí es que puedes delegar muchas responsabilidades. Puedes delegar cosas y acciones. Eso te hace un ‘parotote’ porque tienes más tiempo para poder dedicarle a otros temas”.

DW ENTERTAINMENT & MEDIA, LA primera agencia de ecosistema de creadores de contenido en México, nació como un laboratorio mexicano de la industria digital. Bajo la visión de Brenda Tubilla se construyeron algunas de las fórmulas más exitosas en Latinoamérica, siempre con la promesa de mantenerse a la vanguardia. Con más de una década de experiencia, Brenda entendió que la economía de los creadores no era una moda pasajera, sino un cambio de paradigma.

“Creo que nuestro entendimiento del entretenimiento, de lo digital y de la evolución tecnológica, es mucho más amplio simplemente porque llevamos diez años haciendo esto. Definitivamente tenemos un entendimiento diferente. No sé si superior, pero distinto”, cuenta la también cofundadora y directora general de ARCO Entertainment Media.

Además, la empresaria es productora de eventos masivos y ha sido reconocida con premios nacionales e internacionales. Pero nada de esto se levantó solo con estrategia: hubo pasión, cariño y apuestas personales. Brenda recuerda que empezó a trabajar con Juanpa Zurita cuando él aún era menor de edad. “Yo empecé a trabajar con ellos cuando prácticamente eran unos niños. Con Juanpa arrancamos cuando tenía 17 años; todavía me tocó su graduación de la prepa. Entonces, era enseñarles no solo a nivel de industria, sino también a nivel personal”.

Hace diez años la industria de los creadores era un terreno incierto. Las marcas dudaban, los contratos eran casi inexistentes y el *pricing* era un caos: algunos cobraban demasiado, otros trabajaban gratis y muchos apenas recibían favores a cambio.

BRENDA TUBILLA,
pionera en la
profesionalización
de la economía
de creadores en
México.



BRENDA TUBILLA: TRANSPARENCIA

Brenda fue una pieza clave para convencer a las empresas de que aquello no era una moda, sino una oportunidad. “La mitad de mi chamba era evangelizar: convencer a la gente y a las marcas de que esto realmente iba a ser una nueva industria”.

Desde su experiencia en la industria musical, adaptó prácticas que profesionalizaron el ecosistema: contratos claros, métricas de venta, calendarios de trabajo, *briefs* de marcas y estándares que hasta ese

entonces no existían. Todo bajo un principio inquebrantable: la transparencia. “Una de las cosas que no nos gustaba de la industria tradicional era la falta de transparencia. Yo venía de la música y escuchaba a artistas consolidados hablar de cómo las cosas eran a veces raras”.

En esta relación entre la autenticidad y el negocio, para Brenda, el talento nunca fue un producto, sino un aliado. “Me atrevo a decir que somos los únicos de

**Brenda entendió
que la economía
de los creadores
no era una moda
pasajera, sino
un cambio de
paradigma.**

la industria con contratos en los que no hay una cláusula que impida que se vayan. Nosotros trabajamos con talento porque quieren estar aquí. Es una relación tan personal y de tanta confianza que nunca trabajaríamos con alguien que no quiere trabajar con nosotros, y viceversa”.

Su apuesta fue clara: la profesionalización no mata la creatividad, sino que le da cimientos. La audiencia sigue a los creadores porque creen en ellos, no porque sean inalcanzables. “Entendimos muy temprano en el juego que la audiencia es leal: compra un *ticket*, un libro o va a un restaurante porque cree en los valores de cada una de las personas que represento”.

Brenda busca construir carreras sostenibles y marcas con visión de futuro. Le saca una sonrisa recordar logros como ver a sus talentos viviendo sus sueños: Juca subirse a un Fórmula E; la colaboración de Luisito Comunica con Crocs; que Juanpa participará en el Fashion Week de Milán, Italia; acompañar a creadores a abrir sus primeros negocios, comprar casas y hasta formar familias. “Ver por primera vez a un talento en un espectáculo, en una campaña global en la Quinta Avenida de Nueva York es una cosa increíble”, cuenta entusiasmada.

Brenda se encuentra firme para afrontar un futuro en donde pronostica que la propiedad intelectual será clave, la inteligencia artificial transformará la industria y Latinoamérica tendrá un papel central en la expansión global.

Portada

LA HISTORIA DE JUANPA ZURITA ES UNA LECIÓN sobre intuición y coherencia. Su tránsito de creador de contenido a empresario fue un accidente convertido en destino. “El resultado de lo que soy como creador es el efecto de mucha pasión y curiosidad por lo que he estado haciendo. El amor por el *craft*, por el contenido, por conectar y por el entretenimiento ha provocado que, más que una meta, esto se convierta en un negocio”, dice.

Para Juanpa, vivir de la creación de contenido lo agarró “en curva”. Nunca dimensionó el potencial de grabar videos en casa, pero la curiosidad lo arrastró a explorar lo que hoy es su gran pasión y legado: crear. “Me tocó vivir la industrialización del contenido, la transición a saber cuánto valgo”, recuerda el joven que tenía apenas 17 años cuando internet todavía era un lienzo en blanco y la palabra *influencer* no estaba en el diccionario.

Su carrera arrancó en un terreno sin manuales, solo intuición. “No dejaba de haber una parte de mí que decía: no tengo idea”, admite. Esa incertidumbre lo empujó a experimentar y, con los años, a entender la que para él sería la regla de oro de su oficio: la coherencia. “A veces, por ego, acepté colaborar con marcas que tal vez no iban mucho con lo que yo quería o con lo que yo hacía”, reconoce. El resultado fue inmediato: su audiencia detectaba la incongruencia y lo hacía pagar con credibilidad.

Ese golpe lo llevó a aprender que la coherencia es su principal antídoto contra el desgaste creativo. Cuando las colaboraciones respetaron eso, el éxito fue inevitable. La diferencia entre aceptar cualquier oferta y construir alianzas reales definió el salto de Zurita de *influencer* a emprendedor.

Su mirada hacia la industria también se moldeó al observar a colegas que subían a la cima y caían de golpe. Ver ese ciclo lo convenció de la importancia de rodearse de equipos sólidos. “Tu proceso de creación es tan íntimo que nadie lo entiende de inmediato. Delegar implica tiempo, prueba

EL INFLUENCER

mexicano Juanpa Zurita, referente de una generación que convirtió la creatividad en negocio.



JUANPA ZURITA: COHERENCIA

Juanpa no solo representa un caso de éxito digital; es también un espejo de la transformación cultural de su generación.

y error. Pero cuando tu equipo empieza a entenderte, se genera una sinergia que te permite enfocarte en lo que nadie más puede hacer”, explica. Su regla al elegir colaboradores se basa en la pasión y la curiosidad.

Ese principio lo acompañó al diversificarse. Hoy, además de sus contenidos, está detrás de negocios como un restaurante en Cartagena, un complejo de canchas en CDMX o su propio estudio, Arco. “El cambio más grande fue abrir mi estudio

creativo. Fue cuando empecé a tomar una postura más proactiva en cuanto a contar historias y a generar mis propias oportunidades. Armar un equipo para poder llevar lo que para mí es el *crafting* digital a la pantalla más grande. Porque yo sí creo que la nueva ola de talentos está en la pantallita, y son los que van a llegar a todas las pantallas”.

Zurita mira al futuro con la misma mezcla de coherencia y curiosidad que lo impulsó a iniciar. La inteligencia artificial, dice, es inevitable: “Para nosotros, como creativos, la ventaja será saber utilizarla mejor que otros. La relación con la IA es de director: si das una dirección incorrecta, te devuelve algo incorrecto”.

Hoy, con más de 30 millones de seguidores en Instagram y campañas globales a sus espaldas, Juanpa no solo representa un caso de éxito digital; es también un espejo de la transformación cultural de su generación.

CON MILLONES de seguidores, Luisito Comunica ha convertido su marca personal en negocios que van de la telefonía a las bebidas.

LUISITO COMUNICA NACIÓ PENSANDO EN grande. Su curiosidad le impulsó a explorar esta nueva ola de comunicación digital con estrategia. “No dar paso sin huarache”, esa es una de sus filosofías de vida. “Yo fui muy suertudo. Cuando seguía en la universidad me cayó una chamba de maestro en una escuela de chicos problemáticos. Como vivía con mis papás, tuve la enorme suerte de que me mantuvieran hasta terminar la escuela y pude ahorrar un poquito de lana. Eso me permitió decir: ‘Me voy a mudar a otra ciudad, agarrar un trabajillo mal pagadón, pero para chance pegarla como *youtuber*’. El ‘huarache’ fue ese ahorro que pude hacer”, narra.

En un ecosistema digital cada vez más saturado, Luisito tiene claro que el ingrediente principal de su fórmula es la constancia. “He aprendido que más que el talento o la calidad de la idea, lo más importante es ser constante. Siempre presente, siempre dándole”, afirma. Esa disciplina lo llevó a mantener por cinco años la producción de videos antes de poder vivir de la plataforma. No se trataba de un golpe de suerte, sino de mantenerse activo y de nunca abandonar su canal por mucho tiempo.

Actualmente, las redes sociales han cambiado de manera estrepitosa. Luis adaptó su contenido a formatos más largos, casi televisivos, entendiendo que su público no solo lo consumía en el celular, sino también en la sala, frente a la televisión fami-

El contenido en TikTok ha dado herramientas para que cualquiera se pueda hacer viral, pero también lo ha vuelto más efímero.

FOTO: ESPECIAL



LUISITO COMUNICA: CONSTANCIA

liar. Esto lo transformó en una marca personal reconocida en toda Hispanoamérica. “Creo que eso ha ayudado mucho porque, aunque la gente te tenga en la televisión de fondo, de alguna manera te mantiene presente en sus oídos”.

Su instinto de supervivencia lo llevó a no “poner todos los huevos en la misma canasta”. Así nacieron marcas como Pillofón o Gran Malo, negocios que surgieron de un análisis simple pero contundente: la gente lo reconocía en la calle. “Ahí fue que empecé a darme cuenta de que había presencia no solo en internet, sino también en la vida cotidiana. Entonces busqué otros proyectos que se acercaran más a las personas”.

Este tipo de reconocimiento trae como consecuencia que todo el mundo quiera dar su opinión sobre ti, y en un entorno donde las críticas son inevitables, Luisito aprendió a distinguir entre los comentarios malintencionados y las críticas

constructivas. “Si algo te resuena, probablemente hay verdad ahí. Si no, solo es mala vibra”, explica. Esa autenticidad y filtro natural todavía lo mantienen fiel a su estilo, incluso en una industria que exige adaptación constante.

Hoy, Luisito no solo es un creador ni solo un empresario. Es ambos. Su “huarache” sigue siendo YouTube, la plataforma que le da estabilidad, pero sus apuestas empresariales lo han convertido en un potenciador de ideas. “Entrar al mundo de los negocios es una apuesta. En mi caso, mi ‘huarache’ es tener un trabajo seguro, mi chamba fija de YouTube, que me da ingreso seguro. Así puedo permitirme perder en ciertas inversiones”.

Estas historias son un ejemplo del tesoro de la creación de contenido: que la constancia abre puertas, la curiosidad expande horizontes y la coherencia garantiza permanencia. **N**

Hecho
en México



**DESDE ZACATECAS
HASTA LA ONU,**
su misión es combatir
la desinformación
y abrir espacios para
más mujeres en la ciencia.

CONTRA LA DESINFORMACIÓN Y CON HUMOR: **EL CAMINO DE LA 'MORRA CIENTÍFICA'**

CON UN MICRÓFONO EN LA MANO, FRASES COMO 'AHÍ TE VA EL COTORREO CIENTÍFICO' Y UN HUMOR CERCANO, SARA GALLEGOS LOGRA QUE MILES DE JÓVENES SE INTERESEN POR LA FÍSICA, LA ASTRONOMÍA Y LA CIENCIA.

 A LOS SEIS AÑOS SARA MIRÓ POR UN TELESCOPIO Y DESCUBRIÓ SATURNO. TENÍA frente a sí un planeta lejano y majestuoso, con anillos luminosos que parecían flotar en el vacío. Ese instante breve, pero inolvidable, marcó el inicio de una aventura que la ha llevado a convertirse en una de las voces más frescas y comprometidas de la divulgación científica en México... Han pasado dos décadas desde entonces.

FOTO: ÓSCAR ÁVALOS

“Hubiera sido distinto contar con referentes femeninos. Nunca he tenido una docente de física, ni en la maestría”.

Hoy, bajo el nombre de “Morra Científica”, Sara Gallegos Buenrostro explica en redes sociales distintos temas de ciencia, que van desde cómo un grupo de investigadores consiguió producir agua con propiedades metálicas en la Tierra; las redes eléctricas interconectadas y sincronizadas en Europa —referentes al apagón masivo—; el olor del espacio, o quiénes fueron las mujeres del programa secreto Mercury 13.

Luego de una breve introducción y las palabras “ahí te va el cotorreo científico”, acerca un micrófono inalámbrico y habla durante pocos minutos sobre investigaciones sorprendentes. Sus redes sociales, seguidas por cerca de 240,000 personas en Instagram y más de 100,000 en TikTok, se caracterizan por la frescura, cercanía y la capacidad de hilar analogías con la vida cotidiana.

“Siempre pienso mis videos como si estuviera en una ‘peda’ (una fiesta con alcohol), explicándole algo a mis amigos no científicos”, dice entre risas en entrevista con *NW Noticias*. Esa combinación de rigor y ligereza, sumada a su autenticidad, ha logrado aquello que parecía imposible: que miles de jóvenes se sientan atraídos por la física, astronomía y la ciencia en general.

UNA NIÑA CURIOSA DE ZACATECAS

LA CURIOSIDAD FUE SIEMPRE SU BRÚJULA. En Zacatecas, donde nació y creció, asistió cada verano al Centro Interactivo de Ciencia y Tecnología Zigzag. Experimentos con bicarbonato y vinagre, juegos en salas de física, ecología y biología, y tardes enteras de preguntas sin miedo, causaron en ella un interés por esta disciplina. Pronto convirtió la cocina de su casa en un laboratorio improvisado.



“SOY UNA MORRITA, vengo de una ciudad chica, sé de física y hablo en español. Pensé: ¿por qué no?”

Aún recuerda las veces en que su madre encontraba frascos de aceite o agua burbujeando en la mesa, resultados de ensayos infantiles que Sara observaba con paciencia.

“Desde lo seis hasta los 10 años estuve en los campamentos de verano. A los 15 el mismo museo donde había sido una niña curiosa me recibió como guía. Ahí descubrí otra vocación: la divulgación. Me dieron herramientas para comunicar, veía cómo a la gente se le iluminaba el

rostro; quería que sintieran lo mismo que yo cuando aprendía algo nuevo. En preparatoria, la asignatura de orientación vocacional

me orientó para decidirme por física”, pormenoriza.

Hasta esa época no había convivido con algún profesional de ciencias duras, casi toda su familia está involucrada en áreas administrativas o de salud (medicina). Ya en la preparatoria un intercambio estudiantil definió su futuro. A los 17 años Sara se fue a Dinamarca para perfeccionar su inglés, pero también a aprender danés. El frío, la comida distinta y el “idioma imposible” la desafiaron, pero también crearon una mujer resiliente.

“Si no me hubiera ido a Dinamarca no sé si hubiera tenido el coraje de ser física. Allá entendí que podía adaptarme, y pensé: ‘Si puedo con esto, también puedo con esa carrera. No importa que me digan que es complicada o solo para hombres’. Cuando salí de cuarto semestre apliqué para una beca y obtuve una del 50 por ciento por mis calificaciones”, afirma desde su habitación la joven de 26 años, quien tiene pintada en una pared de fondo negro una luna gigantesca, misma que suele presumir en sus videos.

LA FALTA DE REFERENTES MUJERES

DE REGRESO A MÉXICO SE INSCRIBIÓ en la Universidad Autónoma de Zacatecas, donde tuvo su primer acercamiento a un espacio históricamente dominado por hombres: en su generación eran solo seis mujeres frente a unos 30 varones. Al final solo ella y otra compañera se graduaron. Nunca tuvo una profesora, ni siquiera en la maestría en Estudios Científicos en Aarhus University, Dinamarca, que recientemente finalizó.

“Eso me cambió mucho. Hubiera sido distinto contar con referentes femeninos. Hasta la fecha nunca he

POR
KENIA HERNÁNDEZ
RIVERA

Divulgar ciencia también significa enfrentar la desinformación que circula en redes sociales.

tenido una docente; una doctora que me haya dado clases de física ni en la maestría. En la universidad había una profesora, pero era de optativas, impartía la materia de cristalografía, pero en ese momento no estaba interesada en el tema. Sin embargo, en retrospectiva, actualmente sí me hubiera gustado tener sesiones con ella para tener ese respaldo”, comenta.

Con el satélite natural de la Tierra detrás de Sara, la creadora de contenido apunta que desde el bachillerato sentía un ambiente masculino: “Muchas veces mis compañeros de equipo me asignaban tareas de diseño o de escribir porque tenía la letra bonita, pero no me tomaban en cuenta para los cálculos o la programación. Esos pequeños gestos te dicen que no perteneces”. Pero su sentir no está nada alejado de la realidad. La falta de inclusión de mujeres en carreras STEM (acrónimo de Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas) es un problema mundial.

De acuerdo con Unicef, a escala global solo 35 por ciento de las mujeres estudian carrera STEM, en México 38 por ciento. El informe PISA 2023 —una evaluación que mide conocimiento y habilidades de estudiantes— indica que a los 15 años 28 por ciento de los niños quiere estudiar ciencias o ingenierías, frente a tan solo 9 por ciento de las niñas mexicanas.

“Desde niñas nos dicen con qué jugar. A los hombres les dan legos o carros, a nosotras muñecas o cocinitas. Son mensajes que van moldeando lo que creemos posible. Y luego en la escuela, muchas veces los maestros eligen solo a los varones para concursos o proyectos especiales. Así se perpetúa la idea de que la ciencia no es para nosotras”, dice.



EL DÍA QUE VIO A SATURNO por primera vez, Sara comprendió que la curiosidad podía ser su brújula para toda la vida.

Por lo anterior, su canal también buscar ser un referente; mostrar a las pequeñas, jóvenes y adultas que pueden ser científicas, astrónomas o ingenieras. “Muchas hemos podido y ustedes también pueden”, repite como mantra. Y por ello, con ese espíritu aborda historias apasionantes como la de las Mercury 13, un grupo de 13 mujeres pilotos estadounidenses que, a inicios de la década de 1960, se sometieron a pruebas muy similares a las aplicadas a los astronautas del programa Mercury de la NASA.

El 23 de julio en un *reel* (video corto), Sara relató cómo estas mujeres afrontaron exámenes físicos, psi-

cológicos y de resistencia extremos: soportaron sondas nasales, permanecieron durante horas en tanques de aislamiento sensorial y resistieron temperaturas extremas. Varias de ellas alcanzaron resultados superiores a los de algunos hombres del programa Mercury.

No obstante, a pesar de sus logros, el proyecto fue cancelado. La NASA y el Congreso de Estados Unidos alegaron que solo aceptaban pilotos de pruebas militares, un puesto inaccesible para las mujeres. Así, las Mercury 13 quedaron fuera de la carrera espacial oficial, aunque su ejemplo abrió camino a las astronautas posteriores.

¿DIAMANTE O GRAFENO EN BRUTO?

DURANTE SUS ESTUDIOS, SE SUMÓ A proyectos de investigación sobre grafeno tensado, un material más duro que el diamante, pero flexible y ligero. Participó en congresos y hasta publicó en una revista.

“Fue un trabajo extracurricular. Vamos a cambiar la frase de ‘eres un diamante en bruto’ (una frase usada para referirse a una persona con gran potencial). Además de ser más resistente, es transparente y ligero. Tiene propiedades impresionantes. Un diamante, por ejemplo, no lo puedes doblar sin quebrarlo”, bromea Gallegos Buenrostro.

Respecto a su canal, en 2020 la pandemia de covid-19 la encontró con un poco de tiempo libre y muchas ganas de compartir. Lo que comenzó como un proyecto paralelo —videos cortos en redes, infografías, explicaciones ligeras sobre física, astronomía y *fake news* del coronavirus— se transformó en la “Morra Científica”, una comunidad que hoy reúne a miles de seguidores. La elec-

ción del nombre fue también un manifiesto: “Soy una morrita (término coloquial para referirse a una joven), vengo de una ciudad chica, sé de física y hablo en español. Pensé: ‘¿por qué no?’. No había divulgadoras como yo, hacía falta”.

CONTRA LA DESINFORMACIÓN

EN PALABRAS DE SARA, DE CABELLO rizado y lentes ovalados, la pandemia le impidió realizar su servicio social. Esa situación llevó a uno de sus profesores a sugerir la creación de una página de divulgación científica en la unidad académica de la Universidad Autónoma de Zacatecas. Junto con sus compañeros se convirtió en fundadora del sitio, aunque tiempo después decidió elaborar su propio material.

“Dentro de internet descubrí que la mayoría de divulgadores eran personas mayores y en inglés. En ese entonces consumía el contenido del físico español Javier Santaolalla, ‘El Robot de Platón’ de Aldo Bartra, ‘C de Ciencia’ de Martí Montferrer, ‘Quantum Fracture’ de José Luis Crespo, entre otros”, recuerda.

Para Sara, divulgar ciencia también significa enfrentar la desinformación que circula en redes sociales. Un ejemplo ocurrió cuando aparecieron auroras boreales visibles en México. Hace más de un año se vieron en el norte del país, y fue un evento inusual, ya que estos luminosos fenómenos normalmente son visibles en latitudes altas, como los polos Norte y Sur. De acuerdo con la divulgadora, en esa ocasión circularon teorías apocalípticas que las señalaban como advertencias divinas y como el fin del mundo.

“Hay personas que se aprovechan del miedo, solo colocan música tenebrosa de fondo y aparentan infor-

LECCIONES DE QUÍMICA, de Bonnie Garmus, es una novela ingeniosa y conmovedora que, a través de la vida de una científica en los años 1960, cuestiona los roles de género y reivindica el poder del conocimiento.

mar. En realidad, se trataba de un fenómeno relacionado con el ciclo solar de 11 años, sin riesgos extraordinarios. No se trata de ridiculizar a quienes creen en mitos, sino de explicar con empatía y en un lenguaje sencillo”, subraya.

Apasionada también de los estudios de género y de la energía verde, Sara ha colaborado con la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y con el Movimiento STEM. Además, afirma que sabe programar en Python y Fortran, y que se desenvuelve bien en LaTeX.

“Con la ONU participé en una campaña de *Verified* contra la desinformación, especialmente la relacionada con la pandemia. En aquel momento circulaban rumores absurdos sobre vacunas que supuestamente contenían grafeno. Hemos mantenido el contacto para trabajar en temas de *fake news*. Uno de los últimos

eventos a los que asistí fue un foro sobre cómo las inteligencias artificiales pueden ayudarnos a cerrar la brecha de género”, cuenta.

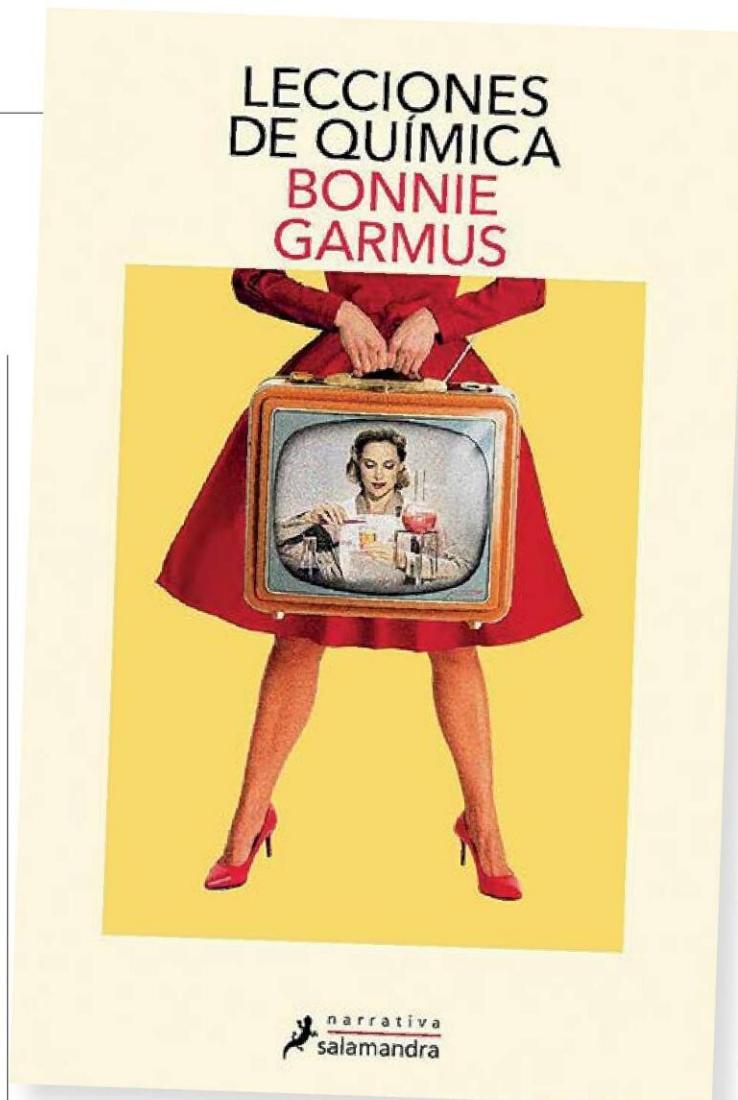
Esta “morra científica y divulgadora” también disfruta de la música. En conversación con este medio confiesa que escucha toda la discografía de Coldplay, en especial canciones como “Gravity”, “A Sky Full of Stars” y “Paradise”.

—¿Qué libros de ciencia recomendamos para quienes se inician en el tema? —preguntamos.

—Sin duda alguna *Breves respuestas a las grandes preguntas*, de Stephen Hawking; *La historia más bella del mundo*, de Dominique Simonnet, Joël de Rosnay, Hubert Reeves e Yves Coppens; y uno especial para mujeres sería *Lecciones de química*, de Bonnie Garmus.

Sara está convencida de que su misión consiste en seguir compartiendo ciencia. Trabaja con instituciones, imparte charlas, prepara proyectos presenciales de divulgación y sueña con publicar un libro y cursar un doctorado. “Quiero dejar estructuras y equipos sólidos en México. Aquí es donde más se necesita. No se trata solo de que haya más mujeres en la ciencia, sino de que las instituciones creen espacios más diversos y neutrales”.

Si pudiera elegir un superpoder, sería el de explicar cualquier fenómeno del universo de manera que todos lo entiendan. Y si pudiera viajar al espacio, elegiría Saturno. Ese planeta que, desde un telescopio, le mostró que la ciencia no solo se estudia, “también se siente”, puntualiza la ganadora del Premio Estatal de la Juventud 2023 Zacatecas en Ciencias Aplicadas y del Concurso Nacional de Comunicación Científica Femenina “Helia Bravo Hollis”. **N**



'A NIVEL LOCAL SE PRODUCE MUCHÍSIMA CALIDAD'

Con el 99 por ciento de sus proveedores en México, OXXO se suma a la campaña Hecho en México para abrir sus anaqueles a pequeñas y medianas empresas, ofreciendo no solo espacio en tienda, sino capacitación y acompañamiento para que crezcan a su propio ritmo.

W EN OXXO HEMOS IDENTIFICADO que a nivel local se produce muchísima calidad y queremos ser un aliado de estos proveedores”, con esta declaración, Armando Novoa, gerente de Asuntos Corporativos y Sostenibilidad para OXXO México, resume la filosofía que guía la participación de la cadena en la campaña Hecho en México. Más allá de ser una tienda de conveniencia, la empresa ha desarrollado un ecosistema que impulsa a pequeñas y medianas empresas (MiPyMES) a competir en mercados más amplios sin perder su identidad local.

La campaña Hecho en México, impulsada por el Gobierno federal, busca fortalecer la producción nacional. OXXO se sumó formalmente mediante un convenio firmado con la Secretaría de Economía, en el que se comprometió a promover y desarrollar a proveedores mexicanos. La apuesta no es menor: 99 por ciento de los proveedores con los que trabaja la cadena son nacionales, desde



grandes corporativos hasta microempresas que encuentran en este escape la oportunidad de crecer.

OXXO cuenta con más de 1,200 MiPyMES en su red de abastecimiento. Su estrategia consiste en adaptar la entrada y expansión de cada proveedor a su capacidad de producción, evitando que el crecimiento súbito se convierta en una carga imposible de manejar. “Tenemos casos de éxito de proveedores que empezaron vendiendo en 10 o 15 tiendas y hoy ya venden a nivel nacional”, explica Novoa.

El programa no se limita a abrir un espacio en los anaqueles: incluye capacitación, acompañamiento comercial, asesoría en cumplimiento normativo y beneficios logísticos. La empresa también colabora con gobiernos estatales para que las secretarías de desarrollo económico profesionalicen a los productores y los dejen listos para ser evaluados.

HISTORIAS DE CRECIMIENTO

EN OAXACA, PEDRO RAMÍREZ transformó el negocio de tortillerías que había fundado su madre en una empresa de tostadas y empanizadores de maíz. Postuló sus productos al programa local Orgullo Oaxaca y fue seleccionado para entrar a OXXO. “Sin duda alguna fue una oportunidad bastante grande de crecimiento. Nos impulsó a elevar nuestros estándares de operación, calidad y servicio... y nos ha permitido profesionalizar lo que hacemos”, relata.

La presencia en OXXO no solo le dio visibilidad en nuevos mercados; también lo llevó de 10 tiendas iniciales a todo el estado de Oaxaca y luego a Puebla, donde atiende 60 tiendas y se prepara para abastecer 300 más. Con un equipo de 36 personas, su meta es llegar a todo el país.

En Yucatán, Raúl Estrella dirige La Red de Conkal, productora de huevo rojo libre de jaula bajo la marca Chak He Davo. Su ingreso a OXXO fue posible gracias a una feria organizada por el gobierno estatal, donde fue seleccionado tras un proceso de evaluación. “El grado de orgullo de que los empleados sepan que el

La meta es ofrecer siempre lo que el consumidor necesita, en el momento y lugar adecuados, sin perder de vista la calidad.

producto en el que trabajan está en una tienda OXXO es muy importante, no cualquier empresa puede estar en un anaquel de alguna tienda comercial”, afirma.

La intención es expandirse primero a toda la península de Yucatán y, si es posible, al resto del sur del país.

Desde Veracruz, Ricardo Huesca, fundador de Pibirico, convirtió sus recetas de cochinita pibil y salsas de habanero en productos envasados. Su acercamiento a OXXO fue a través de la oficina estatal SEDECOP. “Entramos a una pequeña prueba... no nos DESBOCAN, TE LLEVAN DE LA MANO”, recuerda. De surtir carnicerías y pollerías locales pasó a cubrir gran parte del estado, aumentando su plantilla de 2 a 8 personas y mejorando su maquinaria.

MODELO DE EXPANSIÓN GRADUAL

UNA DE LAS CLAVES DEL ÉXITO DEL programa es que OXXO no impone un crecimiento acelerado. El proveedor puede distribuir directamente a un grupo reducido de tiendas o integrarse a la red logística de la cadena, que cuenta con 21 centros de distribución en todo el país. Esto permite optimizar costos y ampliar el alcance cuando la empresa está lista.



OXXO CUENTA con más de 1,200 MiPyMES en su red de abastecimiento.



EL IMPACTO en su comunidad es tangible: todos los empleados son locales y ven en cada anaquel un reconocimiento a su trabajo.

El acompañamiento implica reuniones periódicas para evaluar desempeño y sugerir mejoras. En palabras de Huesca, “cada año nos hacen una junta para decirte qué tienes que mejorar... y nos han llevado muy bien”.

El efecto multiplicador del programa va más allá de las ventas. Según Novoa, la red de proveedores locales contribuye al crecimiento económico regional y a la generación de empleos directos e indirectos.

Para los productores, el apoyo de OXXO también se traduce en condiciones de pago accesibles, algo clave

para la estabilidad financiera. Ramírez lo reconoce: “Siempre he agradecido a OXXO porque nos han venido pagando de manera muy formal... y los plazos son muy accesibles. Eso nos ha dado pie a seguir creciendo”.

ORGULLO LOCAL EN LOS ANAQUELES

OXXO NO SOLO VENDE PRODUCTOS locales: en ocasiones destina espacios específicos en las tiendas para exhibirlos, reforzando la conexión con la comunidad. Esto ayuda a que el consumidor identifique y valore lo que se produce en su región, fortaleciendo la identidad local.

El programa también fomenta la innovación, tanto en logística como en el desarrollo de nuevos productos. El objetivo de OXXO para este año es sumar más MiPyMES a su red, fortalecer la colaboración con gobiernos estatales. En un país donde competir con grandes marcas suele ser un reto casi imposible para los pequeños productores, programas como este abren una ventana para que la calidad local llegue a más lugares. Desde una tostada artesanal hasta un huevo de gallinas libres de jaula o una salsa de habanero ahumado, cada producto cuenta una historia de esfuerzo, identidad y sabor que ahora puede encontrarse en cualquier esquina, dentro de una tienda OXXO. ▲

EL LADO B DE LOS DESTILADOS MEXICANOS: SOTOL, BACANORA Y MEZCAL

Nuestras barras tienen más opciones que el tequila, pero los contextos detrás de cada bebida son muy complejos.

➤ MÉXICO ES RECONOCIDO MUNDIALMENTE por su tequila, una bebida que se ha convertido en la bandera de los destilados espirituosos del país, sin embargo existe una rica tradición de destilados que luchan para ganar reconocimiento. Tres de estos son agaves, como su primo más popular: el sotol, la bacanora y el mezcal, cada uno con una historia, producción y sabor únicos, enfrentan desafíos significativos en su camino hacia un mercado más amplio y sostenible.

SOTOL: NAVEGANDO EN EL DESIERTO CHIHUAHUENSE

EL SOTOL, ELABORADO A PARTIR DE LA planta *Dasyliro* (conocida como "sotol" o "sereque"), es un destilado que ha sido consumido en el norte de México por más de 800 años. Sus raíces se encuentran en los estados de Chihuahua, Durango y

POR
LUIS
BAYLÓN

Coahuila, donde el paisaje desértico es su hogar. Las montañas y el agreste sol provocan que el producto tenga un tono distinto.

El sotol de víbora de cascabel es una tradición de las localidades chihuahuenses. *Flor del Desierto*, una etiqueta que se comercializa con producción en diversas zonas de Chihuahua, exporta algunas piezas que incluyen la carne de la víbora de cascabel. En su cava cuentan con una versión en la que se extrae el veneno a la serpiente y se le agrega al sotol en su proceso de segunda de destilación; agregan apenas una gota de esta potente sustancia a 20 litros de la bebida.

A pesar de los retos de la comercialización en el mercado mexicano y las elevadas tasas impositivas, la bebida se exporta a 20 países, en donde Estados Unidos y Canadá lideran los pedidos.

RETOS:

■ **Reconocimiento y Denominación de Origen (DO):** Aunque posee DO desde 2002, su difusión sigue siendo reducida por la falta de conocimiento entre los consumidores nacionales.

■ **Sostenibilidad y cosecha:** Las

plantas de sotol tardan entre 10 y 15 años en madurar. La demanda creciente podría llevar a una sobreexplotación.

■ **Producción artesanal vs. industrial:** Mantener la autenticidad del proceso artesanal mientras se busca escalar la producción es un equilibrio delicado. Los productores pequeños a menudo carecen de los recursos para invertir en tecnología que mejore la eficiencia sin comprometer la calidad.

LA BACANORA: UNA LUCHA POR SOBREVIVIR

LA BACANORA, UN DESTILADO DE agave *Angustifolia* (agave pacífica) nativo del estado de Sonora, es otro tesoro que ha superado décadas de prohibición para resurgir con fuerza. Su sabor distintivo, a menudo con notas ahumadas y terrosas, lo hace único.

Mijail Peñuñuri es quien difunde Marqués de Sonora, un negocio familiar que ha sobrevivido por más de 80 años y que enfrenta desafíos regulatorios y una percepción histórica negativa. Este destilado se enfrenta a un impuesto del 74 por ciento (IEPS) que encarece el producto y dificulta su venta legal. "Las



EL SOTOL, la bacanora y el mezcal enfrentan desafíos significativos en su camino hacia un mercado sostenible.

regulaciones y medidas políticas han hecho que nos mantengan en una zona gris para poder explotar nuestro potencial productivo en Sonora”, comenta Peñuñuri, quien ha apostado a productos que generan más proximidad con públicos, como la crema de bacanora.

Se consideran 25 municipios sonorense como aptos para el cultivo y procesamiento del bacanora, aunque el pueblo que da nombre a la bebida se encuentra enclavado en la Sierra Madre Occidental. La producción podría derivar en una actividad económica adicional para Sonora y recuperar parte de las tradiciones vernáculas de este estado.

RETOS:

■ **Herencia de la prohibición:** Estuvo prohibida durante 77 años (de 1915 a 1992), lo que frenó su desarrollo y reconocimiento. Aunque la prohibición ha terminado, el estigma aún influye en su percepción y distribución.

■ **Infraestructura y distribución:** La mayoría de los productores de bacanora son pequeños. La falta de infraestructura para el embotellado, etiquetado y cumplimiento de normativas sanitarias dificulta su comercialización a gran escala.

■ **Mercado regional dominante:** Aunque ha ganado popularidad en Sonora, su presencia fuera del estado

es aún incipiente. Expandir su mercado requiere inversión que muchos productores no pueden afrontar.

EL MEZCAL: EL PRECIO DE LA FAMA

EL MEZCAL SE HA CONVERTIDO EN una estrella de las barras de todo el mundo. Hasta hace unos años esta bebida era vista como algo muy ínfimo y hasta precario. Ahora es posible encontrar un mezcal de gran calidad en el barrio de Jalatlaco, en la capital de Oaxaca; en un pub en SoHo, en Londres; en una fiesta en Tulum, y escucharlo mencionar en películas de Hollywood. El mezcal es lo más hot del momento.

Integrado a las tradiciones populares de Oaxaca y Guerrero tiene un espíritu que le ha dado gran reputación, partiendo de todas las expresiones que lo rodean y lo visten “para todo mal mezcal, para todo bien también” y “el mezcal se toma a besitos”. También hay expresiones más humorísticas, como “A falta de amor, dos mezcales por favor”. ¿Cómo ignorar todas estas señales en favor de esta bebida?

RETOS:

■ **Sostenibilidad del agave:** La alta demanda ha generado una presión insostenible sobre las poblaciones de agave silvestre. La sobreexplotación amenaza con agotar especies enteras.

■ **Industrialización y pérdida de autenticidad:** A medida que la industria del mezcal crece, existe el riesgo de que los procesos industriales desplacen las técnicas artesanales que le dan su carácter único.

■ **Denominación de Origen y regiones emergentes:** La DO del mezcal abarca varios estados, pero su expansión ha generado debates sobre la inclusión de nuevas regiones y la protección de la calidad.

Todas ellas son mucho más que bebidas; son la expresión de la riqueza cultural y biológica de México. Superar sus retos requerirá un esfuerzo conjunto de productores, gobierno, consumidores y la industria para asegurar que estos destilados ancestrales no solo sobrevivan, sino que prosperen de manera sostenible en el mercado global. A la mesa están algunas de las mejores cosas que ha creado nuestra cultura. Pero que esto que lo otro ¡Salud! ■

México tiene en una línea de batalla el futuro del sotol, la bacanora y el mezcal.

DICE UN DICHO popular mexicano: “El tequila te enseña el corazón de México, pero el mezcal te muestra su alma”.



FOTO: ADOBE STOCK

VERIFICHAT

por **EL SABUESO**



Te ayudaremos a verificar
información desde tu cel, **guau.**



Escríbenos en Whatsapp:

+1 (573) 995-3927





GUANAJUATO
GOBIERNO DE LA GENTE

FESTIVAL GERUANTINO

DEL 10 AL 26
DE OCTUBRE
DE 2025

IDENTIDAD DE NUESTRA GENTE



Gobierno de
México

Cultura
Secretaría de Cultura



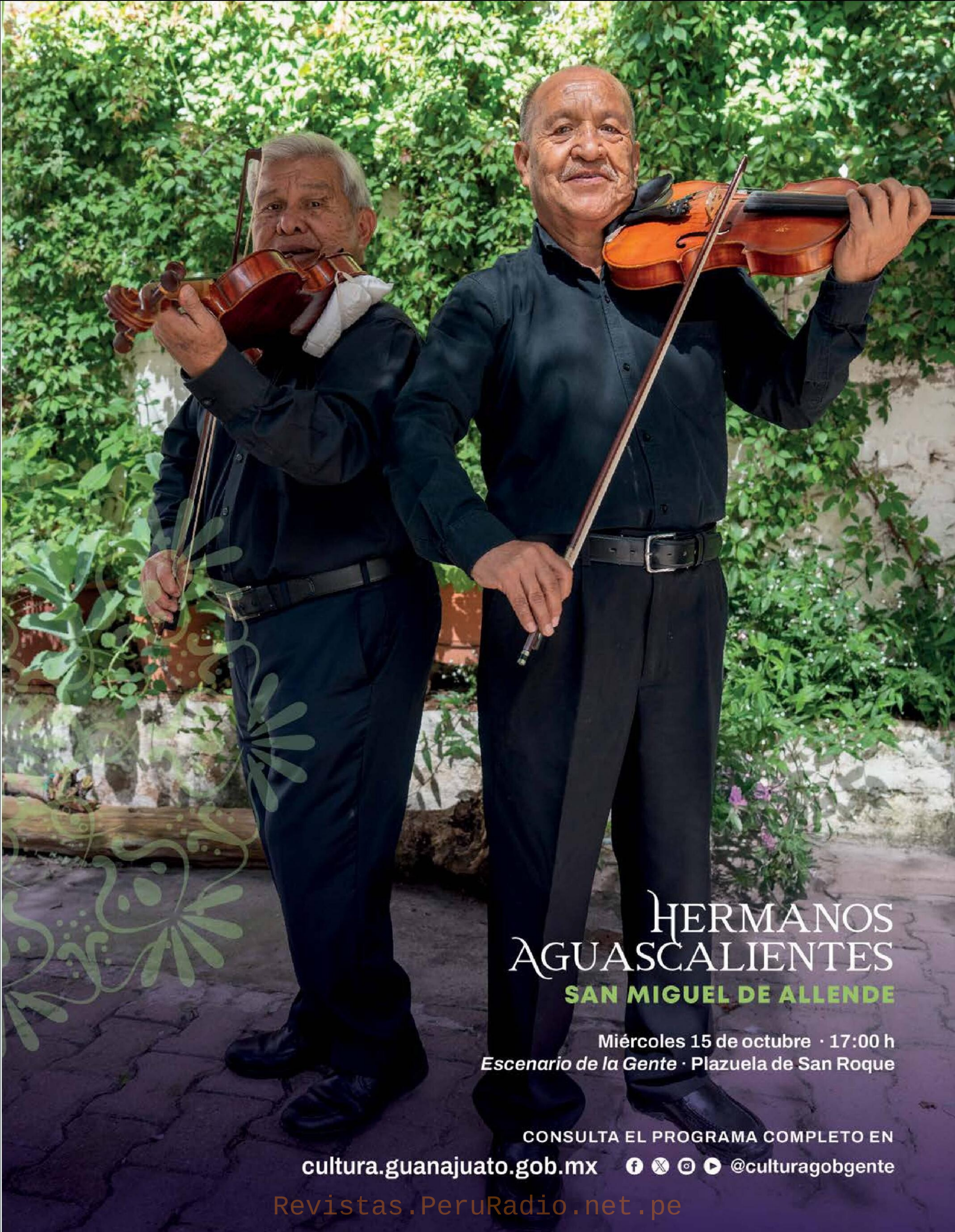
UNIVERSIDAD DE
GUANAJUATO



GOBIERNO DEL ESTADO DE
VERACRUZ
2024 - 2030

VERACRUZ
Fiesta de Moga!

Revistas.PeruRadio.net.pe

A photograph of two elderly men standing outdoors, playing violins. They are both wearing dark blue long-sleeved shirts and dark trousers. The man on the left is slightly behind the man on the right. They are standing on a paved surface with lush green foliage in the background. A decorative green floral graphic is overlaid on the left side of the image.

HERMANOS AGUASCALIENTES SAN MIGUEL DE ALLENDE

Miércoles 15 de octubre · 17:00 h
Escenario de la Gente · Plazuela de San Roque

CONSULTA EL PROGRAMA COMPLETO EN

cultura.guanajuato.gob.mx     @culturagobgente

Revistas.PeruRadio.net.pe

LOS PELIGROS REALES DE LOS PESTICIDAS

Aunque estés haciendo todo lo posible por comer saludable, existen compuestos microscópicos que se esconden en lo que comes y sabotean tu salud. La aparición de estos microscópicos está asociada a pesticidas que se utilizan descontroladamente en casi todos nuestros alimentos.



Los insecticidas no diferencian entre insectos beneficiosos y plagas.

dido de su uso y causar problemas de salud graves.

A pesar de la insistencia de la FDA y la EPA en que los residuos de pesticidas en los productos agrícolas permanecen en gran medida dentro de límites “seguros”, numerosos es-

➤ **EXISTEN VARIAS CATEGORÍAS DE pesticidas, pero todas están diseñadas para matar plagas no deseadas o detener patógenos.** Los insecticidas matan insectos, los herbicidas matan las malas hierbas, los fungicidas combaten los hongos patógenos, etc.

LA CONTAMINACIÓN DEL AGUA

LOS PESTICIDAS ROCIADOS SOBRE LAS plantas se filtran fácilmente a las aguas subterráneas y terminan en los cursos de agua. De hecho, un estudio de 2014 que realizó pruebas en 38 estados de Estados Unidos encontró que el glifosato (uno de los pesticidas más utilizados en el trigo) estaba presente en la mayoría de los arroyos y ríos junto con el 70 por ciento de las precipitaciones.

En teoría, la cantidad de pesticidas en nuestras vías fluviales se encuentra dentro de un nivel “seguro”. Sin em-

POR
JESSICA
NASSER

bargo, hay poca investigación sobre los efectos a largo plazo de la exposición crónica a pesticidas en la vida silvestre (o en los humanos a través del agua potable o de riego).

POLINIZADORES, INSECTOS Y MICROBIOS

TAMBIÉN ESTÁ EL ENORME PROBLEMA de la disminución de los polinizadores y la muerte de insectos beneficiosos. Los insecticidas no diferencian entre insectos beneficiosos y plagas. Esto significa que los insectos no objetivo pueden morir, y de hecho lo hacen, por el uso de pesticidas.

El suelo está lleno de bacterias, hongos y muchos otros microbios. Aunque algunos pueden considerarse patógenos, muchos son beneficiosos y esenciales para un suelo y unas plantas saludables.

La presencia de pesticidas en los alimentos que comemos todos los días puede ser el peligro más exten-



FOTO: IAG ADOBE STOCK

tudios han demostrado que muchos de estos químicos están relacionados con el cáncer, alteraciones endocrinas, problemas reproductivos y problemas de desarrollo.

La cantidad de residuos de pesticidas en una sola pieza de producto puede ser pequeña, pero ¿con qué frecuencia se come? Para la mayoría de nosotros, la respuesta es: todos los días; lo que significa que continuamente acumulamos pequeñas cantidades de pesticidas. No es difícil ver que esto tiene el potencial de causar graves problemas de salud en el futuro.

LOS PESTICIDAS ROCIADOS sobre las plantas se filtran fácilmente a las aguas subterráneas y terminan en los cursos de agua.

El Grupo de Trabajo Ambiental (EWG) elabora cada año uno de los informes más completos sobre residuos de pesticidas en los productos agrícolas. Su último informe de 2021 encontró que alrededor del 70 por ciento de los alimentos no orgánicos contenían residuos de al menos un pesticida.

Esto significa que estamos expuestos a pesticidas con regulari-

dad al comer productos cultivados de manera convencional.

ENTONCES, ¿QUÉ COMER?

LOS PELIGROS DE LOS PESTICIDAS EN los alimentos son muy claros, pero ¿cuál es la solución? Si bien lo ideal sería comer solo alimentos orgánicos, el costo puede ser muy alto, por lo que recomiendo checar cada año la lista de las doce frutas y verduras más limpias y “sucias” para consumir orgánicas.

ALIMENTOS QUE DEBEMOS PRIORIZAR EN CONSUMO ORGÁNICO:

FRESAS (EL 99 POR CIENTO DE LAS FRESAS no orgánicas tenían residuos de pesticidas detectables), espinacas (el 76 por ciento de las muestras tenían residuos de permetrina, un insecticida neurotóxico), col rizada, hojas de mostaza, nectarinas, manzanas (frecuentemente tratadas con difenilamina, una sustancia química restringida en Europa), uvas, cerezas, duraznos, peras, pimientos morrones y picantes (contienen niveles “preocupantes” de acefato y clorpirifos, insecticidas organofosforados), apio y jitomates.

También puedes lavar tus frutas y verduras correctamente y comer sin cáscara para evitar consumir exceso de ellas. **N**

→ **Jessica Nasser** es licenciada en nutrición clínica por la Universidad Anáhuac, certificada como entrenadora personal por la World Fitness Association y diplomada en nutrición vegetariana por el Instituto de Ciencias de Nutrición y Salud de España. Los puntos de vista expresados en este artículo son responsabilidad de la autora.

EN ASCENSO

LA ESCALADA EN ROCA ESTÁ GANANDO POPULARIDAD GRACIAS A SUS BENEFICIOS FÍSICOS, MENTALES Y SOCIALES.

 COMO UN ESCALADOR RELATIVAMENTE novato, miro hacia arriba y pienso: “No hay forma en que vaya a subir esto”. La piedra caliza se arquea sobre mi cabeza en remolinos de gris y marrón oxidado. Cuando la miro de cerca, veo que está tallada y erosionada; lugares donde el fantasma de otros escaladores dibuja su camino hasta la cima a través de los rastros de la tiza en sus dedos.

La única forma de escalar es empezar. Pensar en

POR
MATTHEW TOSTEVIN
EN GEYIKBAYIRI,
TURQUÍA

el siguiente movimiento, no en la meta a 20 metros de altura, ni en ninguna otra cosa. Sólo escucho mi respiración y a mi compañera quien sostiene mi vida gracias a la cuerda que une nuestros arneses y pasa por el aparato de aseguramiento. Engancho la cuerda a los pernos colocados en la pared del acantilado y maniobro sobre un pliegue sobresaliente. Todo va sorprendentemente bien durante 15 metros. Entonces los puntos de apoyo parecen agotarse. Y los asideros. Mis dedos se

aferran a las arrugas polvorientas de la roca, pero mis brazos flexionados me queman. El corazón me retumba en los oídos.

Sé lo que viene a continuación. Sólo tengo tiempo de gritar: “Tensa”. Sophie, mi experimentada aseguradora, atrapa la cuerda y me detengo unos metros más abajo de donde estaba agarrado.

Descanso mis brazos ahora cansados y mi mente acelerada. Miro a mi alrededor. Veo otra forma de subir, por la derecha. Sin prisa. Vuelvo

FOTO: TATYANA POSHATALOVA

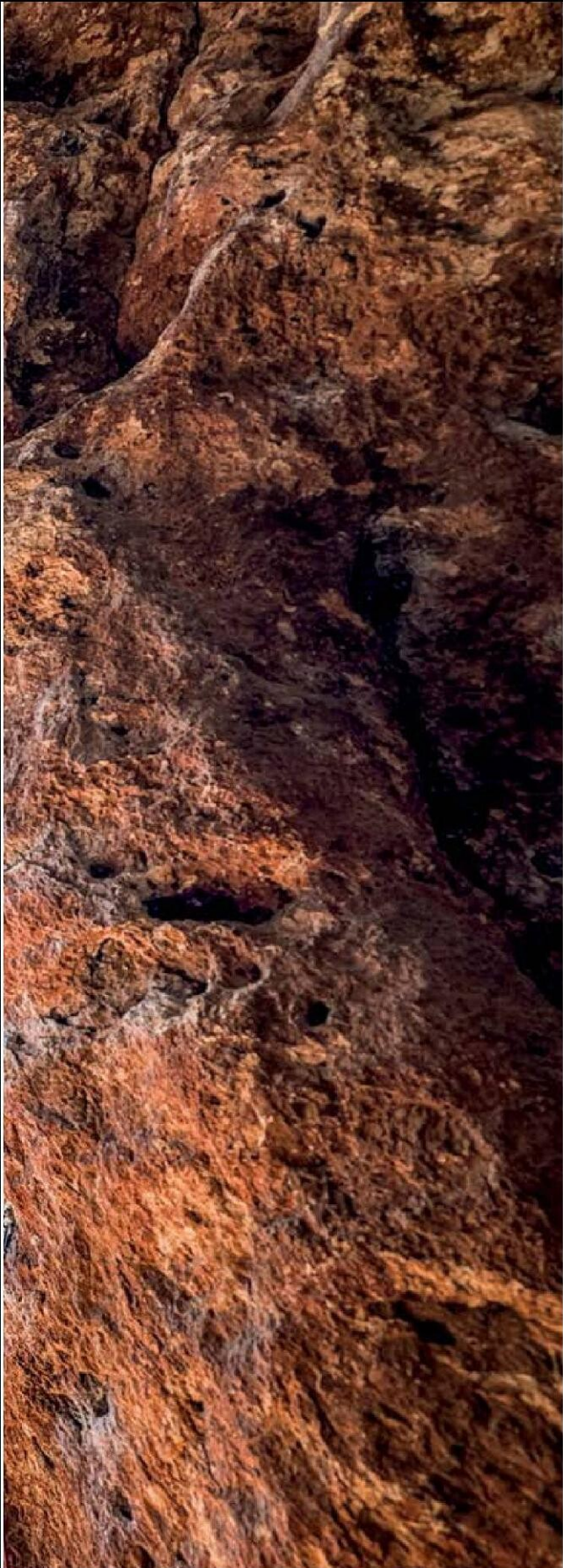


FOTO: CORTESÍA DE MATTHEW TOSTEVIN, GETTY

a intentarlo. Esta vez llegó al punto de anclaje en la cima. Siento alivio y una sensación de logro nada despreciable. Estoy seguro de que la vista desde la cima aquí en Geyikbayiri, Turquía, es fantástica, pero ahora mismo soy feliz mientras Sophie me baja hasta el suelo. Volveré otro día para “conquistar” la ruta sin descansos.

En el último año me he unido a la creciente comunidad que practica la escalada, ya sea en piedra natural o en rocódromos, ya que personas de todas las edades y capacidades descubren un

“Cuando te conviertes en escalador, al instante formas parte de una tribu: gente que comparte tu pasión”.

deporte que ofrece una forma más interesante para ponerse en forma que subir y bajar cosas pesadas, que incluso mejora la flexibilidad y el equilibrio. Según estudios científicos, ofrece beneficios adicionales para la salud mental.

“Cuando te conviertes en escalador, pasas instantáneamente a formar parte de una tribu: gente que comparte tu pasión. Así es más fácil entablar y mantener relaciones significativas, que son vitales para la salud mental», Hazel Findlay, de 36 años, escaladora profesional británica y coach de mentalidad dijo para *Newsweek*.

“También hay un factor ‘resolución de problemas’. La escalada hace trabajar tanto al cerebro como al cuerpo, lo que nos mantiene presentes y concentrados, y a veces incluso nos permite acceder a estados de flujo. Y luego está el miedo. La escalada nos pone regularmente en situaciones en las que nos enfrentamos al miedo y aprendemos a gestionar nuestras respuestas al estrés. Esa regulación emocional -la capacidad de mantener la calma y centrarse bajo presión- es increíblemente transferible a todos los ámbitos de la vida”.

Un estudio publicado en 2024 dijo que la escalada “puede ofrecer beneficios protectores contra ciertos trastornos de ansiedad entre los adolescentes”. Otro análisis publicado en 2022, en el que participaron un total de 568 personas, concluyó que la escalada terapéutica ofrece



HORA DE COLGARSE. La escalada adopta muchas formas: desde gimnasios cubiertos y cuevas de boulder hasta imponentes acantilados al aire libre. Tostevin de *Newsweek*, es nuevo en la escalada.

“un tratamiento seguro y eficaz para mejorar el bienestar físico/mental/social”, aunque señaló que era necesario seguir investigando. Y, por supuesto, es divertido.

“ES MÁS SEGURO QUE CONducIR UN COCHE EN MEDIO DEL TRÁFICO”

UNA CITA QUE SUELE ATRIBUIRSE A ERNEST Hemingway es: “Sólo hay tres deportes: el toreo, el automovilismo y el alpinismo; todo lo demás es puro juego”. Y para escalar no hace falta ni un coche ni un toro ni estar dispuesto a infligir crueldad animal.

También se pueden minimizar los riesgos. Mucha gente empieza haciendo boulder en un rocódromo. No hay cuerdas y las gruesas colchonetas proporcionan un aterrizaje suave cuando no puedes sostenerte de los agarres en la pared. Los escaladores de boulder al aire libre llevan sus colchonetas consigo. La escalada deportiva consiste en rutas más extensas con pernos fijos. Se necesita una cuerda y, normalmente, un compañero. El escalador principal lleva la cuerda hasta el punto de anclaje y los demás escaladores pueden trepar por la “cuerda superior”, que es aún más segura. En la escalada tradicional no existen los pernos fijos, por lo que uno tiene que llevar sus propios dispositivos de seguridad.

“Si encuentras el instructor y el entrenador adecuados, es 100 por ciento seguro. Es más seguro que conducir un coche en medio del tráfico”, afirma Volkan Özkan, guía e instructor de escalada de Geyikbayiri.

En una categoría aparte está la escalada libre en solitario, como demostró Alex Honnold en el documental Free Solo, ganador de un Oscar en 2018. Realizada sin ningún equipo de seguridad, es extraordinariamente peligrosa. Aunque criticado por algunos escaladores por animar potencialmente a la gente a correr riesgos excesivos, el ascenso de Honnold a El Capitán, de 914 metros, en el Parque Nacional de Yosemite, en California, se considera, no obstante, uno de los factores que despertaron el interés por la escalada.

Otro factor fue la inclusión de la escalada deportiva en los Juegos Olímpicos de Tokio en 2020. El año pasado en París, hubo dos series de medallas para escalada de velocidad y luego para escalada en plomo y boulder combinados. La escalada volverá

ROCKEANDO POR TODO EL MUNDO

Geyikbayiri y la región de Antalya son importantes zonas de escalada y, con unas 1,500 vías, tienen más que cualquier otra en Turquía. Pero hay más de 1.25 millones de vías de escalada en todo el mundo, incluidas las del Ártico y el Antártico. Echa un vistazo a los mejores lugares para escalar en todo el mundo.

PARQUE NACIONAL YOSEMITE, CALIFORNIA, EE. UU.

Considerado un referente internacional para escaladores, es famoso por sus imponentes formaciones de granito, como El Capitán y Half Dome. Se adapta a todos los niveles. Ofrece desde escaladas accesibles para principiantes hasta exigentes rutas de varios días. Cuenta con una rica historia de escalada y ha ganado fama con los documentales Free Solo y The Dawn Wall. Durante las temporadas de mayor afluencia, puede estar abarrotado de escaladores, pero eso no le quita belleza.



CAÑÓN RED ROCK, NEVADA, EE. UU.

Situado a unos 40 km de Las Vegas Strip, su impresionante arenisca azteca ofrece más de 2,000 rutas de escalada, desde deportivas de 14 metros aptas para principiantes hasta rutas tradicionales de 670 metros para aventureros experimentados. Es un área caliente y con un clima seco, lo que permite alargar la temporada de escalada, aunque, suele atraer a grandes multitudes durante la temporada alta.

KÁLIMNOS, GRECIA

Para los escaladores, Kálimnos es sin duda la más famosa de las islas griegas. Acantilados de piedra caliza de gran calidad y con ángulos diversos se alzan junto al mar Egeo, lo que constituye un impresionante telón de fondo para la escalada. Con más de 4,000 rutas, Kálimnos cuenta con una amplia gama de grados, incluidas muchas oportunidades para escaladores de nivel bajo e intermedio, así como rutas empinadas y salientes para expertos capaces de manejar los asideros más limitados. Otra posibilidad es la escalada en solitario en aguas profundas, sin equipo de seguridad pero con el mar debajo en caso de caída.

CATALUÑA, ESPAÑA

España rebosa de oportunidades para la escalada, y algunas de las mejores se encuentran en la región semiautónoma de Cataluña, al noreste del país. Siurana y Margalef encabezan la lista de muchos escaladores. Aunque se encuentran muy cerca y en un lugar impresionante, las rocas son muy diferentes. La piedra caliza de Siurana requiere a menudo una escalada técnica sostenida con pocas opciones para principiantes. Margalef ofrece algunas rutas más sencillas, aunque rebosa de complicaciones.

FONTAINEBLEAU, FRANCIA

A unos 65 kilómetros al sureste de París se encuentra Fontainebleau, destino mundialmente conocido por su castillo. Las formaciones de arenisca ofrecen alrededor de 30,000 bloques de escalada de distintos niveles de dificultad, lo que convierte a esta zona en el área más desarrollada del mundo en esta disciplina. La escalada aquí no se realiza con cuerdas, por lo que se recomienda utilizar colchonetas para reducir el riesgo de lesiones. Las rocas se encuentran en distintos puntos del bosque, por lo que una aplicación o guía resulta útil para orientarse.

KRABI, TAILANDIA

Railay Beach y Tonsai, en el sur de Tailandia, llevan años atrayendo a escaladores de todo el mundo. La piedra caliza presenta numerosas cavidades y características que dan lugar a rutas de distintas dificultades, incluso para principiantes. Todo ello en medio de una verde selva tropical que se extiende hasta las playas de arena blanca y el mar azul. La comida tailandesa es un atractivo añadido.

CÉÜSE, FRANCIA

Entre las muchas opciones para escalar en Francia está Céüse, que algunos han descrito como “el mejor risco del mundo”. Es conocido por sus rutas largas, duras y empinadas, y su piedra caliza es de gran calidad. Además, se encuentra en la cima de una montaña de casi dos mil metros con unas vistas increíbles del sur de Francia. Es un lugar para escalar sobre todo en verano, su altitud permite que pueda permanecer fresco incluso entonces.

YANGSHUO, CHINA

La popularidad de la escalada se ha disparado en China, y posiblemente la ubicación más relevante al aire libre sea Yangshuo, cerca de Guilin, en la provincia meridional china de Guangxi. Cuenta con más de 1,000 rutas de escalada deportiva en sus formaciones kársticas de piedra caliza, incluidas algunas rutas para principiantes. Sus colinas se superponen como en hilera entre los arrozales.



ROCKLANDS, SUDÁFRICA

Este lugar goza de fama mundial por sus excelentes rocas de arenisca y sus impresionantes paisajes. Situado en la zona salvaje de Cederberg, se encuentra a unas dos horas y media en coche de Ciudad del Cabo. La hermosa arenisca naranja y gris, con presas destacadas y variadas, ofrece unos 4,000 bloques de escalada, así como algunas rutas de escalada deportiva y tradicional.



PATAGONIA, ARGENTINA

La principal zona de escalada en roca de la Patagonia argentina es El Chaltén, conocida por sus imponentes agujas de granito. Es el centro neurálgico de las rutas de escalada multipitch de gran montaña, que consiste en escalar varias rutas seguidas para poder escalar grandes paredes. A veces, eso puede llevar días. Sin embargo, también cuenta con algunas rutas para escaladores deportivos menos expertos. El verano es la mejor época para escalar aquí.

LOS GRAMPIANS, AUSTRALIA

El Parque Nacional de los Grampians, en Victoria, Australia, es un lugar popular para escalar, con una inmensa variedad de retos. Famoso por sus impresionantes paredes de arenisca y su gran variedad de rutas, ofrece algo para todos los gustos, desde escaladores principiantes hasta expertos curtidos. El parque es también uno de los principales destinos para la escalada en bloque, con una amplia gama de complicaciones, desde fáciles a extraordinariamente difíciles. **N**

Horizontes

en los Juegos Olímpicos de Los Ángeles 2028.

“Creo que el mayor cambio de los últimos 10 años fue el auge de los gimnasios de escalada en bloque”, afirma Fleur Derks, copropietaria de un gimnasio de escalada en Holanda antes de trasladarse a Geyikbayiri, donde es copropietaria del campamento para escaladores Flying Goat.

EL CRECIMIENTO MUNDIAL DE LA ESCALADA

LA ESCALADA PUEDE SER PARA TODOS, aunque no todos escalarán a un nivel de alto rendimiento, dice Findlay. Ella misma está regresando al alto rendimiento después de convertirse en madre.

“Desde afuera puede parecer que me he recuperado, pero no ha sido fácil. Tener un hijo es increíble y escalar durante este periodo me ha ayudado a procesar, aprender y crecer de formas que no esperaba”, afirmó.

El número total de personas que practican la escalada en Estados Unidos alcanzó los 10.35 millones en 2021, el último año con datos disponibles, según Statista. El Climbing Business Journal registró la apertura de 875 gimnasios de escalada comerciales en Norteamérica durante 2024, un aumento neto de 49 en contraste con el año anterior. La media de crecimiento anual en EE.UU. fue superior al 6 por ciento en la última década.

El crecimiento de la escalada es un fenómeno mundial, con 636 gimnasios de escalada en China durante 2023, un aumento de más del 30 por ciento en un solo año, según la Asociación China de Montañismo. El crecimiento también significa una bonanza para los fabricantes de equipos.

“En los últimos cinco años, hemos visto que muchos de estos escaladores de gimnasio han pasado a escalar al



EL DOCUMENTAL DE HONNOLD FREE SOLO, ganador de un Oscar, atrajo la atención mundial hacia este deporte.



FINAL EN EL PODIO. El estadounidense Sam Watson establece un récord mundial de escalada de velocidad.



CONFÍA EN LA CUERDA. Tostevin, de *Newsweek*, en Geyikbayiri, al suroeste de Turquía, la mayor zona de escalada del país, conocida por sus acantilados de piedra caliza, tobas y más de mil rutas equipadas.

aire libre debido a la cobertura mediática de los atletas profesionales de este deporte. Esto ha provocado un aumento del número de visitantes

que acuden a las zonas de escalada más populares”, explica Benjamin Eaton, director nacional de mercadotecnia de la división deportiva de Petzl para Estados Unidos y Canadá.

PROS Y CONTRAS

SIN EMBARGO, EL AUMENTO DE LA ESCALADA puede tener desventajas para el medio ambiente. La escalada puede acelerar la erosión de las paredes rocosas y los escaladores pueden molestar a la fauna y flora. Según un estudio de 2024, la apertura de una nueva ruta de escalada puede reducir en más de un tercio el número de especies vegetales del lugar. El magnesio del polvo blanco que los escaladores utilizan para mejorar su agarre puede alterar el equilibrio químico del entorno.

“Ese crecimiento crea serios problemas en lugares como Red Rock o Indian Creek: más escaladores en las rutas, más coches en los aparcamientos, más presión sobre el terreno”, publicó recientemente en redes sociales el escalador de Free Solo, Honnold, en apoyo del Access Fund, un grupo estadounidense que trabaja para proteger y cuidar el terreno para los escaladores.

El aumento de la escalada en roca también provoca cambios en comunidades como la de Geyikbayiri, donde la afluencia de escaladores ha aportado una nueva actividad a un pueblo que se asienta tranquilamente entre huertos de olivos y naranjos a unos 30 minutos en coche de la localidad costera de Antalya.

“La piedra caliza que tenemos aquí es infinita. Tenemos unas 1,500 rutas, y potencialmente hay más”, dice Özkan, que forma parte del equipo de Bolting Antalya que atornilla nuevas rutas y reatornilla las antiguas para mantenerlas seguras. ■

LA SEGURIDAD TIENE NOMBRE ES



CHOCLO INDESTRUCTIBLE
SUELA ANTIDERRAPANTE



BOTA WESTERN CAFÉ
PUNTERA DIELÉCTRICA



BORCEGUÍ RENOVADO CAFÉ
SISTEMA CONFORT SUPREME



www.tenpac.com  @tenpac_oficial  Botas TenPac

Revistas.PeruRadio.net.pe

La sátira como cuchillo: Ibargüengoitia y Estrada frente a la tragedia mexicana

El humor negro de Jorge Ibargüengoitia renace con la mirada de Luis Estrada. La serie *Las muertas*, disponible en Netflix, trasciende el contexto histórico de los hechos reales y refleja problemáticas urgentes del México contemporáneo.

➤ EN *LAS MUERTAS*, JORGE IBARGÜENGOITIA convirtió el horror de *Las Poquianchis* en sátira: un desfile lúgubre donde la carcajada es también cuchillo y denuncia. Medio siglo después, Luis Estrada —el cineasta que ya desolló al PRI en *La ley de Herodes*, retrató el narco en *El infierno* y expuso el circo mediático en *La dictadura perfecta*— toma esa novela para tender un espejo que incomoda por lo que revela: un México que, a pesar del tiempo, sigue siendo territorio de impunidad, corrupción y violencia contra las mujeres.

En la novela, las dueñas de los burdeles son las hermanas Baladro, personajes ficticios que Jorge Ibargüengoitia inventó para dar cuerpo a la historia. Sin embargo, su origen está directamente ligado al caso real de las hermanas González Valenzuela, conocidas como *Las Poquianchis*, quienes entre los años 1950 y 1960 administraron una red de prostíbulos en Guanajuato y Jalisco. El caso conmocionó a México al destapar la explotación, el abuso y las decenas de muertes de mujeres jóvenes reclutadas con engaños. Ibargüengoitia tomó esa cruda realidad

POR
CAMILA
SÁNCHEZ BOLAÑO

“Es increíble que todos estos temas, todas estas instituciones, todas estas problemáticas y personajes, tengan una relevancia tan grande en el México actual”.

como punto de partida, pero optó por transformar los hechos en ficción, renombrando personajes y escenarios para exponer no solo un crimen, sino el entramado de corrupción y doble moral de una sociedad entera.

UNA SERIE DE SEIS PELÍCULAS

CONCEBIDA COMO UNA “SERIE DE PELÍCULAS”, esta producción ofrece una inmersión profunda en el universo del autor, algo que el director consideraba inalcanzable en un formato de largometraje tradicional. Luis Estrada, quien había soñado con llevar esta historia a la pantalla desde joven, encontró en el formato de seis “pelí-

culas” la oportunidad de capturar el “gran lienzo, un gran mural de una sociedad y de un país” que Ibargüengoitia proponía, sin dejar fuera elementos cruciales. “Y yo mismo, a pesar de que nunca lo había contemplado, llegué a la conclusión de que el mejor el mejor formato era una serie de películas, seis películas... y creo que literalmente la novela, la gran novela, la obra maestra de Jorge Barbeno encontró su formato porque haberlo hecho de otra manera creo que hubiera dejado mucho y muchas cosas fuera”, afirmó en entrevista para *NW Noticias*, destacando que un largometraje de dos horas y media habría sido insuficiente para abarcar la riqueza narrativa de la obra.

Que *Las muertas* funcione como un espejo del presente es, quizá, lo más perturbador. La desaparición y maltrato de mujeres, la complicidad de instituciones y la corrupción como norma no pertenecen solo al México de López Mateos: son las noticias con las que amanecemos cada mañana. A pesar de estar ambientada en el Bajío mexicano entre finales de los años 50 y principios de los 60 —donde la devoción reli-



LUIS ESTRADA, director de *La ley de Herodes* y *El infierno*, ahora detrás de cámaras en *Las muertas*, la serie que adapta la obra maestra de Ibarguengoitia.

giosa convivía con los burdeles, y los políticos de traje oscuro hacían fila junto a campesinos en la penumbra de una cantina—, la serie resalta problemas muy actuales. El director señaló que es “increíble que todos estos temas, todas estas instituciones, todas estas problemáticas y personajes tengan una relevancia tan grande en el México actual”.

La visión de Ibarguengoitia, que utilizó el hecho real de *Las Poquianchis* como pretexto para crear una obra de ficción, es emulada en esta adaptación. Se subraya que no es una representación realista del caso, sino una ficción que respeta el famoso epígrafe del autor: “en esta

historia algunos hechos son reales, pero todos los personajes son ficticios”. Esa advertencia cobra hoy una vigencia perturbadora, porque lo que parecía un eco del México de los años 60 resuena con fuerza en un país donde la desaparición de mujeres, la corrupción y la impunidad siguen siendo heridas abiertas.

La sátira, la ironía y el humor negro, elementos característicos de Ibarguengoitia, están muy presentes y fueron intencionalmente conservados.

UN HEREDERO NATURAL

UNO DE LOS PILARES DE LA ADAPTACIÓN es su fidelidad al espíritu y al tono que el autor propuso. La sátira, la ironía y el humor negro, elementos característicos de Ibarguengoitia, están muy presentes y fueron intencionalmente conservados. No es casual que esa mirada coincida con la del propio Luis Estrada, quien a lo largo de su filmografía ha mostrado con ironía, sátira y humor negro cómo la corrupción, la violencia y la colusión entre instituciones terminan por devorar cualquier resquicio de esperanza. Por esto, Estrada considera que esta serie es un “destino” con la obra del escritor. Esta congruencia permitió una adaptación muy personal, con un punto de vista y visión propios, gracias a la libertad creativa otorgada por Netflix.

Horizontes

La serie ahonda en la complejidad moral de sus personajes, las hermanas Baladro, retratadas como mujeres “empoderadas” y “cabronas” que toman las riendas, pero que operan en un sistema de complicidad con hombres corruptos e impunes. Estos personajes se vuelven “representaciones simbólicas de muchas instituciones” como el ejército, la clase política (el PRI de la época de López Mateos) y la propia iglesia, evidenciando la “hipocresía de una sociedad moralista que, sin embargo, toleraba y asistía a lugares como los burdeles”, explica entusiasmado Luis Estrada. Un gran ejemplo de esto es el personaje del cura, quien en los primeros episodios bendice un burdel, y funciona como un potente símbolo de esta doble moral. La narrativa explora un universo donde nadie se salva ni se redime, y las víctimas, al cobrar venganza, terminan adoptando comportamientos éticamente cuestionables.

La ambiciosa producción se filmó en tres estados: San Luis Potosí, Guanajuato y Veracruz. Se construyeron cientos de sets de época en los estudios Churubusco, incluyendo burdeles, oficinas de gobierno y la cárcel. Esta libertad creativa para imaginar esos espacios fue posible dado que Ibargüengoitia no usó nombres reales para las localidades, permitiendo una reconstrucción muy libre pero documentada en vestuario y caracterizaciones.

La banda sonora, dividida en música orquestal original y una meticulosa selección de clásicos, también juega un papel fundamental. Canciones de bolero, danzón y mambo, con artistas como Agustín Lara y Toña La Negra, arrastran al espectador a un tiempo que parece remoto pero que,



LA SERIE LAS MUERTAS retrata la colusión entre mujeres victimarias, autoridades y ejército en un México atravesado por la impunidad y la doble moral.



EN LAS MUERTAS, la relación entre las hermanas Baladro se convierte en metáfora del poder y de sus grietas: lealtad, control y desconfianza en permanente tensión.

como insiste Estrada, sigue latiendo hoy en los bajos fondos de nuestra historia.

Con gran emoción y nerviosismo ante el estreno, el director Luis Estrada expresó a *NW Noticias* su orgullo por un proyecto tan complicado y angustioso, resaltando la oportunidad de haber sido el único director, productor y coescritor, lo

que le permitió plasmar su visión de manera íntegra.

Con *Las muertas*, Estrada no solo cumple un sueño personal largamente acariciado: también coloca a Ibargüengoitia en diálogo con las generaciones que no lo han leído aún. Y confirma que, en México, como en sus películas y en sus novelas, “nadie se salva ni se redime”. **N**

Durango se consolida como destino de cine

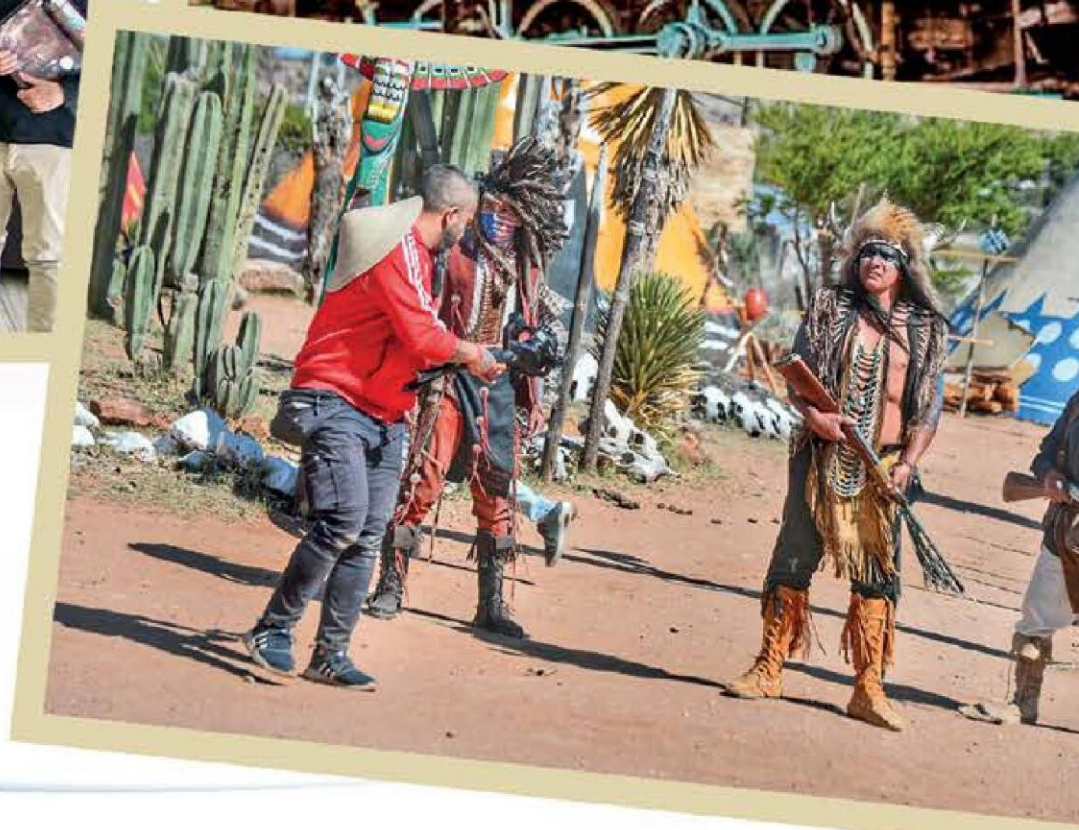
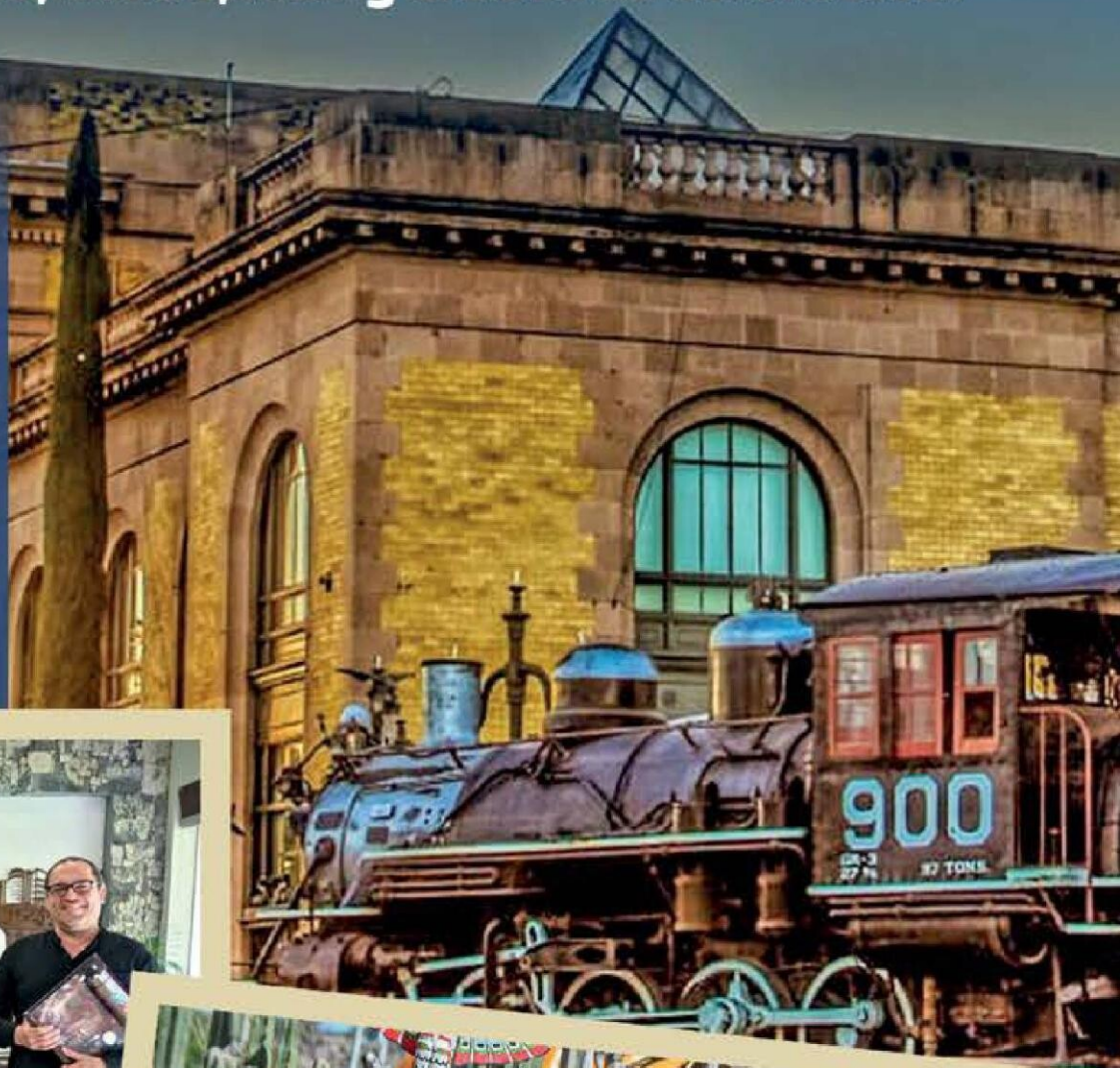
Escenarios únicos: desierto, nieve, ríos y ciudades coloniales.

* Scouting en marcha para película con temática de boxeo.

* Impulso a la economía local con participación de talentos y servicios duranguenses.



**Seguridad
y confianza**
para productores y
directores.



**Durango, la cuna del cine que
sigue conquistando al mundo.**

Revistas.PeruRadio.net.pe

EL ACTOR MEXICANO

Horacio García-Rojas, voz de Batman Azteca, defiende nuevas narrativas para la pantalla internacional.

El caballero oscuro de Tenochtitlán: la (re)invención de un ícono

Una reinterpretación mexicana del superhéroe más oscuro llega con *Batman Azteca: Choque de imperios*. Horacio García-Rojas presta su voz al Caballero de Tenochtitlán en una historia que confronta miradas sobre el pasado, abre debates culturales y muestra la fuerza de la narrativa mexicana.

FOTO: ESPECIAL



“La fantasía es una plataforma para llevar la conversación a una audiencia más amplia y a mercados internacionales”.

Este cambio de escenario y personajes da vida a *Batman Azteca: Choque de imperios*, una nueva película animada que reinterpreta al popular superhéroe, a quien da voz el actor mexicano Horacio García-Rojas. “Los estrenos no siempre emocionan; este sí lo hace porque tiene muchos elementos de temas que me gustan y que, al mismo tiempo, despiertan una polémica inmediata”, comentó el actor. “Todo eso es un caldo de cultivo interesante para el próximo estreno de esta película”, añadió.

Hoy conviven discursos enfrentados: la visión oficial europea frente a la de los pueblos originarios. Términos recurrentes como “hispanofobia”, al cuestionar los hechos narrados desde una sola perspectiva, generan más tensión en torno a este *Batman Azteca*.

DE GOTHAM CITY A TENOCHTITLÁN: UN VIAJE A LA REINTERPRETACIÓN

ESTA PELÍCULA SUBRAYA LA IMPORTANCIA de la ciudad como personaje dentro de las historias de Batman. Gotham City tiene un carácter propio: una urbe dual donde el día es

sinónimo de opulencia y poder, mientras que la noche revela un submundo de crimen y desamparo. Trasladar esta dualidad al antiguo Imperio mexica —a Tenochtitlán— le otorga a la película una nueva dimensión. “No solo se trata de las pirámides y las deidades, sino de la reinterpretación de nuestra propia historia y herencia. El público verá un México vibrante y lleno de color”, expresa García-Rojas.

Para el actor, se trata de un acto de justicia visual: reimaginar esa ciudad como una vivencia distinta que rompe con la imagen en sepia que usualmente representa a México en el cine internacional.

La reinterpretación no es nueva en el universo de DC Comics. Obras como *Superman: Red Son* —que imagina a un Superman soviético— o *Batman Ninja* ya han acostumbrado al *fandom* a estas variaciones. Para Horacio García-Rojas, la ventaja es que estas historias abren discusiones necesarias: “Se puede hablar de hispanofobia, de apropiación cultural, de un supuesto indigenismo exacerbado que idealiza al indígena del pasado mientras ignora al del presente”, reflexiona el actor.

“Tenemos mucho orgullo, pero cuando ves que un defensor del territorio está siendo violentado, el pueblo se queda callado. Entonces, es tener estas discusiones a partir de una ficción fantástica”, añade, al subrayar cómo la fantasía es una plataforma para llevar la conversación a una audiencia más amplia y a mercados internacionales. Es un recordatorio de que las ficciones,

➤ EN LA MENTE DE LOS AMANTES de los cómics, Ciudad Gótica —hoy conocida como Gotham— es el referente de la urbe oscura donde Batman funge como brazo de la justicia para detener a los villanos que amenazan a la sociedad. Pero, ¿qué pasaría si esa ciudad imaginaria, claramente inspirada en Nueva York, se transformara en una capital imperial mesoamericana como Tenochtitlán? ¿Y si este personaje se enfrentara a las fuerzas españolas que buscan conquistar el Nuevo Mundo?

POR
LUIS BAYLÓN

incluso las fantásticas, pueden ser catalizadores de reflexiones colectivas importantes.

LA RESPONSABILIDAD DE LA FAMA Y EL PODER DE LA NARRATIVA

GARCÍA-ROJAS NO SE VE A SÍ MISMO como un simple actor; se percibe como narrador de historias. Su incursión en proyectos de ciencia ficción y realismo mágico no es casualidad, sino el resultado de un sueño de infancia. En distintos medios, su participación en esta producción ha sido descrita como la de un “embajador de una nueva era para los superhéroes”, lo que lo llena de orgullo y responsabilidad. Sin embargo, prefiere ser considerado como uno de los muchos embajadores de las nuevas narrativas latinoamericanas y mexicanas. “Somos guerreros también, somos astrónomos, somos arquitectos... Fuimos científicos y lo seguimos siendo. Somos un pueblo plurilingüe y pluricultural”, enfatiza con pasión al referirse al legado de las culturas ancestrales de América, más allá de las que florecieron en el actual territorio mexicano.

El actor, que formó parte del colectivo Poder Prieto, entiende que el cambio de narrativas es una tarea urgente. Se trata de abrir discusiones que se habían evitado durante mucho tiempo, como el racismo y el clasismo. Horacio ha sido testigo de cómo las historias locales, con su riqueza y autenticidad, a menudo son modificadas en las mesas de las grandes plataformas de streaming para ajustarse a un formato más



HORACIO GARCÍA-ROJAS asegura que la fama es su herramienta para abrir puertas a otros y desde donde luchará por un cambio en la narrativa.

“universal” o de nicho. La razón, asegura, no es la mala voluntad, sino la falta de contexto: “Las personas que están en las sillas y toman decisiones vienen de entornos en los que no entienden esas historias”, explica.

La solución, en su opinión, es simple pero desafiante: “necesitamos que

más gente se cuele”. Más voces con diferentes contextos deben ocupar posiciones de poder en la industria para que se aprueben proyectos que conecten con la mayoría de la población. “En México, el 75 por ciento de la población es de piel morena, lo que significa que su arraigo indígena o

FOTO: LUIS HORACIO PINEDA

“En México, 75 por ciento de la población es de piel morena: sus historias deben ser contadas”.

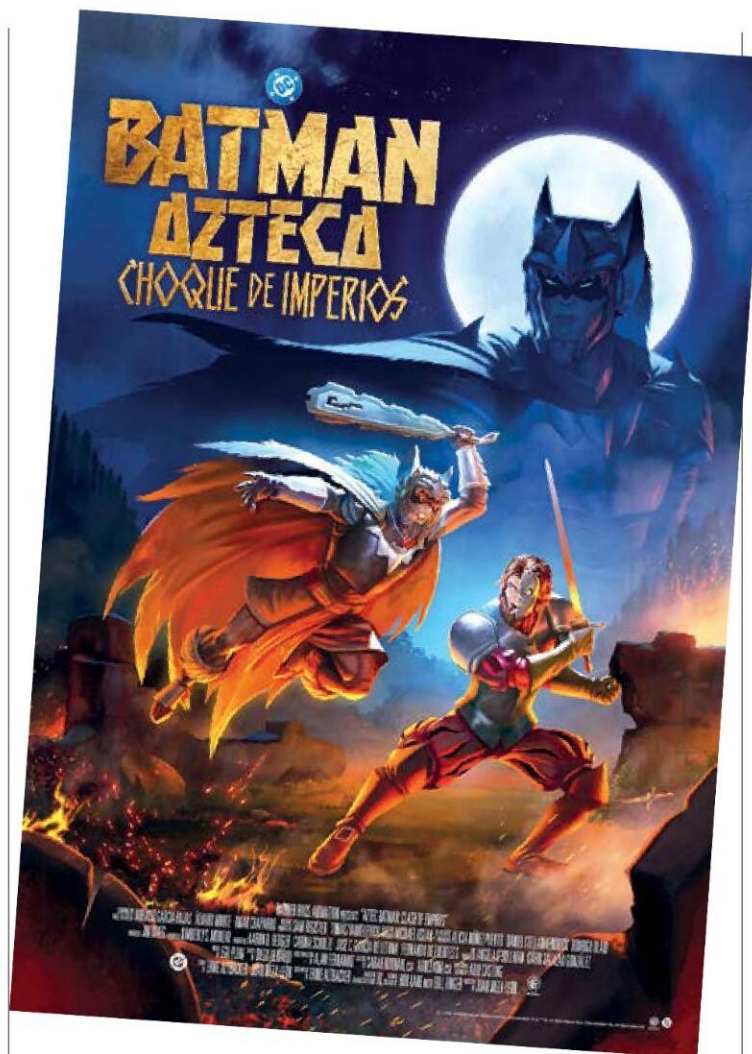
afrodescendiente es más potente que su arraigo europeo. Estas historias, que resuenan con la mayoría, deben ser contadas”, enfatiza.

Para el actor, los sesgos de clase y de perfil racial siguen determinando qué producciones llegan a las pantallas en México y América Latina.

UN SUEÑO CUMPLIDO Y UN FUTURO POR ESCRIBIR

TODO ACTOR QUE ENTRA AL MUNDO de los cómics, la fantasía y las adaptaciones de videojuegos enfrenta una prueba de fuego: Comic-Con de San Diego. Este gran evento, considerado la “Meca” para los amantes del género, representa la oportunidad de ser aceptado o confrontado por el público más exigente. Para Horacio García-Rojas fue un sueño cumplido. Allí, portando un casco de Batman y con una figura de cartonería mexicana, se sintió en casa. “La respuesta del público, que se puso de pie para aplaudir el tráiler, fue un momento de validación. Y fue justo después de esa euforia que estalló la polémica en redes sociales, lo que para mí fue una señal de que nos fue bien en esa prueba”, recuerda emocionado.

Para García-Rojas, esa experiencia confirmó “el poder que tiene la cultura mexicana”, aunque al mis-



ESTE NUEVO BATMAN AZTECA, el de Tenochtitlán, es más que una película: es un vehículo para la conversación.

mo tiempo le genera “rabia” ver cómo es valorada en Estados Unidos mientras en México “no hemos aprendido a quererla y respetarla”.

La conversación se cierra con una visión de futuro. Horacio quiere seguir contando historias de realismo mágico, de fantasía y de pasados previos a los virreynatos en América, sin dejar de lado el presente. “El usar la fama como una herramienta para abrir puertas a otros, para que las nuevas generaciones puedan expresar su arte y una visión del mundo más amplia”, apunta. Para él, esta es la trinchera desde la que luchará por un cambio en la narrativa.

Batman Azteca: Choque de imperios se estrenará en cines de México

LA SINOPSIS OFICIAL

“En la época del Imperio Azteca, Yohualli Coatl, un joven azteca, experimenta una tragedia cuando su padre y líder de la aldea, Toltecatzin, es asesinado por los conquistadores españoles. Yohualli escapa a Tenochtitlán para advertir al rey Moctezuma y a su sumo sacerdote, Yoka, del peligro inminente.

Usando el templo de Tzincan, el dios murciélago, como guarida, Yohualli entrena con su mentor y asistente, Acatzin, desarrollando equipo y armamento para enfrentar la invasión española, proteger el templo de Moctezuma y vengar la muerte de su padre”.

el 18 de septiembre de 2025, y un día más tarde llegará a todo el mundo a través de HBO Max.

La producción contará también con la voz de Álvaro Morte como Hernán Cortés —popularizado en México por su papel de “El Profesor” en *La Casa de Papel*— y de Omar Chaparro, quien dará voz a Yoka, un símil del Joker en el encuentro del mundo mexicana y el español.

Este nuevo Batman Azteca, el de Tenochtitlán, es más que una película: es un vehículo para la conversación, un espejo que invita a mirar nuestra historia con nuevos ojos y a reconocer la riqueza de nuestra identidad. Y, por lo que parece, este es solo el principio de una nueva era. **N**



UN TOQUE DE AMOR, dirigida por Maël Piriou. El filme aborda la historia de una abogada con una enfermedad incurable que viaja hacia España junto a su mejor amigo, Benjamin.

Tour de Cine Francés: 29 años de historias que unen a México y Francia

Del 11 de septiembre al 15 de octubre el festival itinerante proyectará siete películas inéditas en más de 200 salas del país, consolidando su papel como puente cultural entre ambos países.

DESDE HACE CASI 30 AÑOS, EL Tour de Cine Francés forma parte del calendario cultural de México, además de ser un puente cinematográfico entre ambos países. Este año, en su edición número 29, regresa a las salas con siete películas inéditas que van desde el drama hasta el amor romántico. ¿Qué sorpresas trae ese festival itinerante?

A diferencia de 2024, donde se apostó por una imagen más oscura, contrastando las luces nocturnas y típicas de París con el icónico Arco

POR
**KENIA HERNÁNDEZ
RIVERA**

del Triunfo como protagonista, esta vez el cartel vuelve a la vitalidad cromática. El póster de 2025 despliega tonos azules y verdes con una panorámica del río Sena, metáfora de este encuentro cultural que fluye como cauce de relatos y emociones, uniendo a Francia con México.

“Cada edición ofrece una programación distinta. Somos el único festival que tiene presencia en los 32 estados de la república mexicana. El Tour busca dar espacio al cine comercial, un cine para todo el público, con una variedad de géneros, temas, actores y

directores; no solamente los consagrados, también nuevas voces. Más que un festival, representa una cita con el cine que conmueve, cuestiona y transforma”, dice en entrevista con *NW Noticias* Sofía Llorente, vocera del evento.

Actualmente México es el tercer país con mayor número de espectadores de cine francés a escala global, solo por detrás de China y Estados Unidos. Del 11 de septiembre al 15 de octubre, el Tour recorrerá más de 70 ciudades en todo el territorio nacional. Su doble circuito de exhibi-

ción —a través de Cinépolis y sedes culturales como la Cineteca Nacional y el Cineforo FICG, en Guadalajara— permitirá que las cintas lleguen a públicos de todo el país con funciones subtituladas y a precios accesibles.

LA FIDELIDAD DEL TOUR DE CINE FRANCÉS A SU ESENCIA

ALGO QUE CARACTERIZA AL TOUR DE Cine Francés, en palabras de Sofía, es la fidelidad a su esencia: “Siempre sucede en salas de cine. No existe salida en *streaming*. La intención es invitar al público a vivir la experiencia de la pantalla grande, de la butaca, de la oscuridad compartida. Incluso durante la pandemia se mantuvo en sala, defendiendo esa experiencia única”.

El año pasado el evento celebró su edición número 28 con un éxito rotundo; se proyectó durante cinco semanas en 217 salas del país ante más de 230,000 espectadores. Ahora, la selección oficial de 2025 reúne a figuras reconocidas y nuevas voces del cine francés contemporáneo. Los títulos exploran temas como la justicia, el deseo, los vínculos afectivos, la memoria y el paso del tiempo.

Si bien afirma haber disfrutado las siete películas de este año, Llorente confiesa una favorita: *Un toque de amor*, dirigida por Maël Piriou. El filme aborda la historia de Mélanie, una abogada con una enfermedad incurable que viaja hacia España junto a su mejor amigo Benjamin —quien utiliza silla de ruedas— y un conductor recién salido de prisión, Lucas. Entre humor, ternura y aventuras, los tres

México es el tercer país con mayor número de espectadores de cine francés a escala global



EL TOUR ES UNA EXPERIENCIA compartida que cruza fronteras. Desde 2022 también se presenta en Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá.

personajes emprenden un recorrido inesperado.

“Se trata de una ópera prima, el primer largometraje del director. Está basada en una película belga que se adaptó a la sociedad francesa. Es una *road movie* (género cinematográfico centrado en un viaje por carretera) y al mismo tiempo una comedia romántica, con un enfoque en la diversidad de habilidades y capacidades”, explica Llorente, quien desde 2016 sigue de cerca el Tour al haber trabajado en la Embajada de Francia.

LA SELECCIÓN DE PELÍCULAS DE LA EDICIÓN 29

EN TOTAL, LAS PELÍCULAS QUE CONFORMAN la programación son: *Un toque de amor* (Maël Piriou), *Rodrigo enamorado* (Johann Dionnet), *Los lazos que nos unen* (Carine Tardieu), *Los colores del tiempo* (Cédric Klapisch), *La maestra Violet* (Eric Besnard), *El acusado* (Daniel Auteuil) y *Cuando llega el otoño* (François Ozon).

Aunado a lo anterior, en su edición 29 el festival cinematográfico volverá a proyectarse en dos circuitos de exhibición. El Circuito presentado por Sala de Arte Cinépolis se extenderá por 174 salas de cine en 69 ciudades de México. En tanto, el Circuito Cultural podrá disfrutarse durante la temporalidad del festival en recintos como la Cineteca Nacional, el Cineforo FICG y la Cineteca FICG Guadala-

jara. Posteriormente, recorrerá más de 30 salas de cine en 17 ciudades.

En contexto, el Tour de Cine Francés, fundado por Nueva Era Films, Cinépolis, la Embajada de Francia en México, el Instituto Francés de América Latina (IFAL) y la Federación de Alianzas Francesas, ha sido desde su primera edición en 1996 un punto de encuentro entre dos culturas.

“Sigue siendo un evento relevante y esperado porque existe una generación, como la mía, que creció con el Tour. Así como emociona ver el pan de muerto en el supermercado, también se comparte esa expectativa con la llegada del cine francés. Muchos creen que este cine es únicamente de autor o que la barrera del idioma dificulta el acercamiento; piensan que no lo van a entender o que se van a aburrir, pero no es así”, comenta entre risas Sofía. Recuerda que entre sus primeras experiencias con el festival estuvieron *La culpa la tiene Fidel* (selección de la edición 12) y *El encanto del erizo* (adaptación de la novela de Muriel Barbery, proyectada en la edición 14).

Al final, la invitación es clara: “Que se den la oportunidad de ver todas las cintas. Si son nuevos, que se animen a romper los prejuicios sobre el cine europeo; y si ya son seguidores, que no se pierdan esta edición, porque hay historias que valen mucho la pena”. **N**

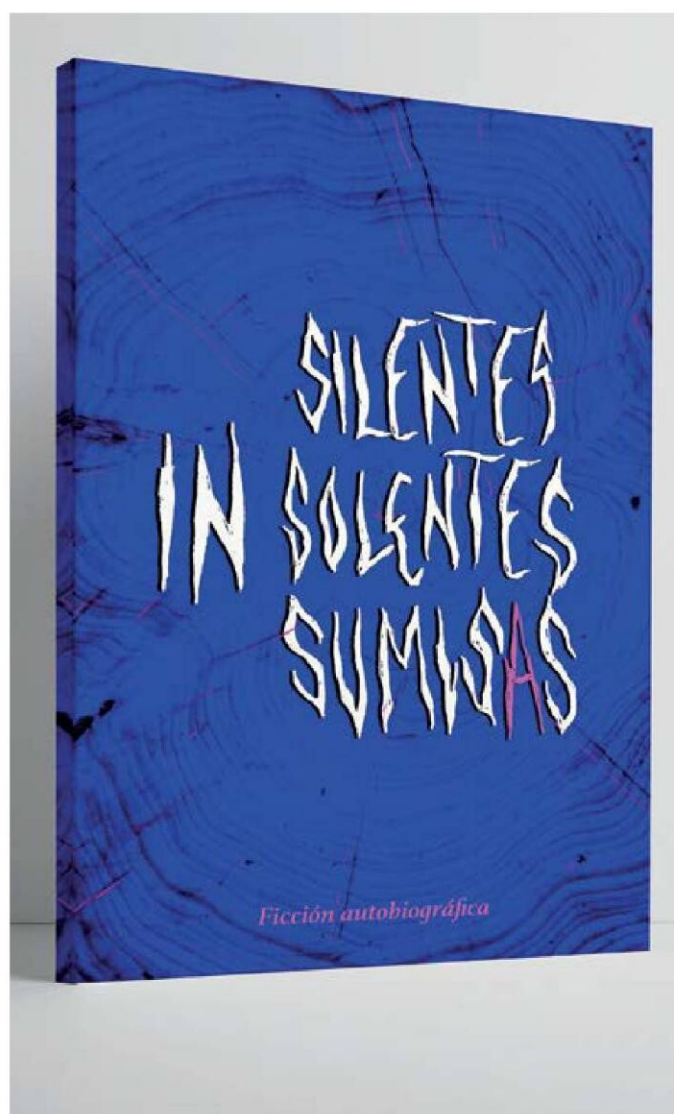
Veinticuatro universos contados por doce escritoras

LA ESCRITURA AUTOBIOGRÁFICA surge de la experiencia física, mental, intelectual y emocional que nos atraviesa en cualquier ámbito de desempeño: íntimo, familiar, laboral o social. Escribir en primera persona, retratar lo vivido en carne propia, resulta exigente. Un atrevimiento que requiere valentía y descaro. Sobreponerse a la vergüenza, al señalamiento, a la culpa, al autoengaño. El yo permite transformar lo privado, el habitar en los huesos, en asunto de interés público.

IN SILENTES IN SOLENTES IN SUMISAS ficción autobiográfica reúne 24 textos de 12 autoras latinoamericanas contemporáneas. A través de nuestras plumas, contamos al mundo historias que abordan una diversidad de situaciones que, si bien acontecieron en nuestra esfera personal, son comunes a otras mujeres: abusos, orfandad, violencias, linaje, impronta materna, sororidad y libertad.

IN SILENTES IN SOLENTES IN SUMISAS está dividida en cuatro estancias: Mi Afuera, Mi Genealogía, Mi Madre y Alguien llamada Yo. Cada una recibe a la lectora, lector, lector, con un fragmento de poema a modo de epígrafe que regala una pista de lo que habita en su interior. El libro inicia con palabras

POR
MÓNICA CAVAZOS
Y FERNANDA MERAZ



IN SILENTES IN SOLENTES IN SUMISAS ficción autobiográfica está disponible directamente con la editorial tintaenlasunas@gmail.com.

tomadas en préstamo de la escritora Doireann Ni Ghríofa: “Este es un texto hembra, redactado mientras doblaba la ropa de otros...”. Así es, los universos contados en esta antología fueron escritos por sus autoras

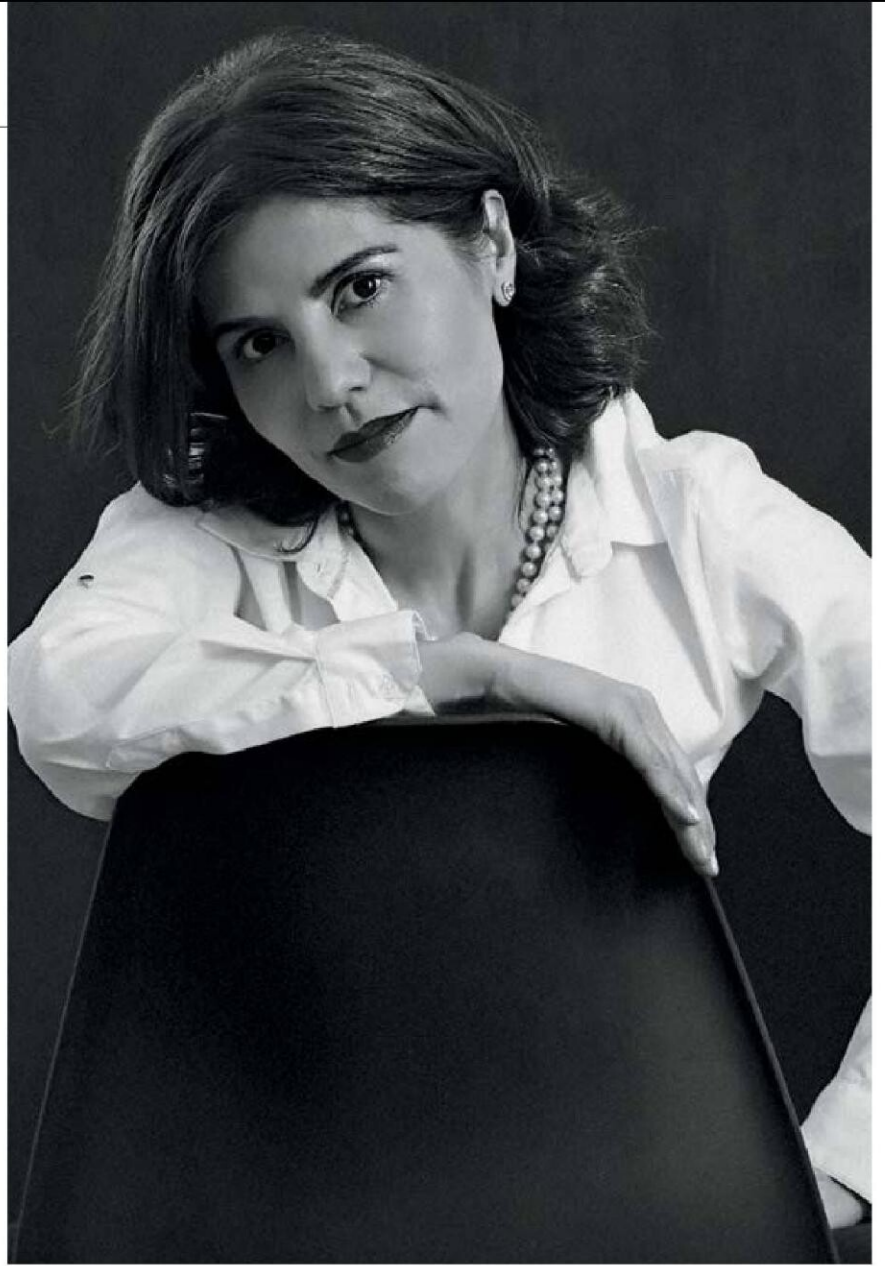
mientras cumplían con otras labores, de madrugada, a media noche o en fin de semana, después de cocinar, tender la ropa, llevar a les hijes a la escuela, calificar a lxs estudiantes, correr 10 kilómetros, cerrar la columna del blog, entregar el diseño para el evento de ciencia de la universidad, decirle a la paciente «nos vemos la próxima semana».

En la actualidad, dejamos de enviar telegramas y son pocas las personas que se comunican por carta. Las nuevas literaturas del yo abrevan también de los nuevos formatos: mensajes de texto, WhatsApp, correos electrónicos. Leemos memes, incluso sin necesidad de que contengan frases, y construimos historias que pueden ser tan breves como postales. Los límites entre géneros literarios y artísticos se desdibujan. La escritura contemporánea escrita por mujeres, inmersa en su presente, suele recurrir a la hibridación. Somos las autoras quienes nos atrevemos a experimentar con la palabra y la amplitud de la página en blanco, a salirnos de los márgenes, a huir de lo “correcto”, del deber ser según el canon. IN SILENTES IN SOLENTES IN SUMISAS mezcla diversos géneros: cuento, relato, poesía, crónica, testimonio, dibujo y fotografía documental.

Camila Sánchez Bolaño, Me duelen las piernas, estúpidamente...; Cristina Ruiz, Me indignaba que me dijeras nena.; Delia Beatriz González, Brindaremos/En la copa de tu cuerpo/Del que nací; Fernanda Meraz, Recuerda la tarde de domingo que él se fue por «un compromiso familiar» a perder el brazalete y la lealtad; Laura Navarro, ¡Después de todo lo que me obligó a callar! Sus secretos e infidelidades.; Liz E. Islas, ¡Claro! El que tiene que sentir



FERNANDA MERAZ es editora, escritora y traductora mexicana, junto con Fernanda es editora y coordinadora de *In Silentes In Solentes In Sumisas*. Es cofundadora de la editorial Tinta en las Uñas.



MÓNICA CAVAZOS es una editora, escritora y tallerista mexicana, y una de las mentes detrás de esta antología. Es cofundadora de la editorial Tinta en las Uñas.

vergüenza es él, no tú; el del miedo tiene que ser él.; Margarita Hernández López, En ese momento, vi a mi acompañante como al hada madrina, o mejor dicho, a mi hermana madrina con su tarjeta mágica.; Mónica Cavazos, Qué feo se escucha, ¿verdad? A las presas también se les dice internas. Un hospital psiquiátrico es otra forma de cárcel.; Myrna del Carmen Flores, Practiqué mi discurso para explicarle cuánto la admiraba y contarle sobre mi anhelo de aprender a ser segura y audaz como ella,...; Natalia Jareni, En la cocina le confesé a mi papá que estaba embarazada. Fue la primera vez que lo vi llorar por mi causa.; Rocío Buen Abad; Día a día y paso a paso construyo mi historia y por fin me hace sentido haber elegido el oficio de historiadora.; y Rossy Aguillón,

Escribir en primera persona, retratar lo vivido en carne propia, resulta exigente.

—Y a ti, ¿quién te habló? Hazte a un lado. Por tu culpa ahora tengo que trabajar y encerrarme...

La escritura de autoras contemporáneas suele reconocer el trabajo en colectiva. Esta antología, “librita”, como las autoras la bautizamos con cariño, fue posible por la creatividad surgida de las mentes y las manos de: las doce autoras mencionadas; tres editoras, Fernanda Meraz y Mónica Cavazos (Tinta en las uñas) y Marisol Vera Guerra (Ediciones Morgana México); una diseñadora

gráfica y editorial, Ansilta Santos; una correctora de estilo, Sara Jiménez y una impresora, Sandra Mejía.

IN SILENTES relatamos lo que alguna vez se nos obligó a mantener callado, IN SOLENTES miramos de frente y nos erigimos en obreras de la palabra para entablar una conversación abierta con lxs lectorxs, IN SUMISAS porque habiendo escudriñado en la memoria, nos negamos a reproducir el mandato del pacto patriarcal, calladita te ves más bonita.

Lectore, deseamos que al internarte en la trama de IN SILENTES IN SOLENTES IN SUMISAS, sus hilos te acompañen y ayuden a reparar/suturar/zurcir cicatrices.

Guerreras, ruidosas e inteligentes, somos auténticas, talentosas y sororas, y sí, también bonitas. **N**

‘En Buenos Aires, la guerra era un relato; en las islas, era cuestión de vida o muerte’

➤ EUFORIA, INQUIETUD Y DESOLACIÓN dejó la Guerra de las Malvinas en la sociedad argentina de 1982. Un conflicto armado que duró apenas 74 días y culminó con la victoria británica.

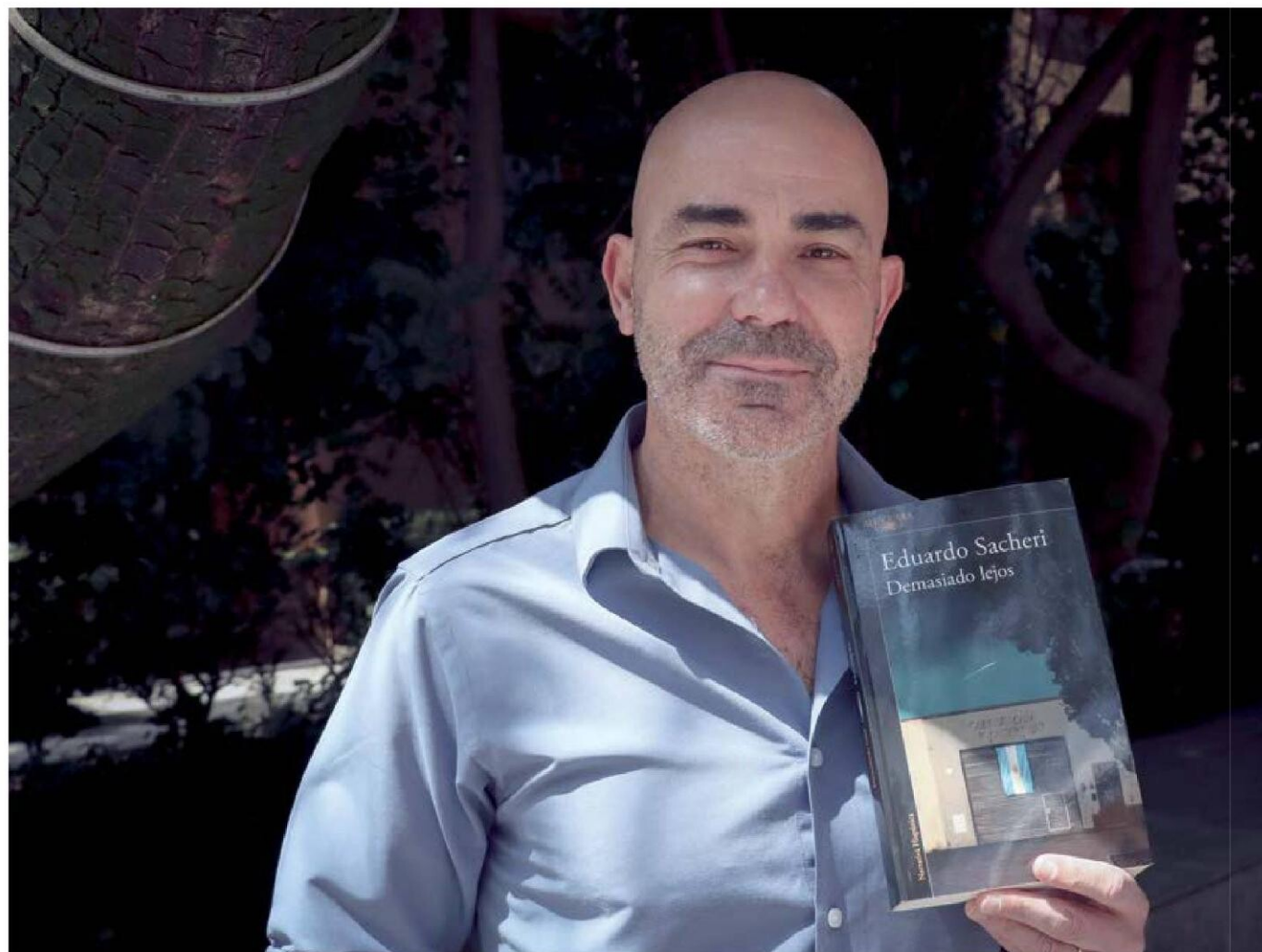
A más de cuatro décadas, aquel episodio sigue siendo incómodo: provoca silencios y desasosiego, pero al mismo tiempo se mantiene como un símbolo identitario capaz de unir a los argentinos con la misma fuerza que lo hace la selección de fútbol. Eduardo Sacheri tenía 14 años cuando el país sudamericano atravesó ese arco emocional, hoy lo recuerda y retrata desde la ficción en su novela *Demasiado lejos* (Alfaguara, 2025).

—¿Por qué ficción y no un ensayo histórico? — preguntamos a Sacheri en entrevista con *NW Noticias* desde un hotel de la Ciudad de México.

—La primera te da un margen mayor de libertad para conversar con el lector o invitarlo a la reflexión. El conocimiento histórico es esencial, pero es más orgánico, riguroso, con otra pretensión de veracidad. La ficción es una invitación simplemente a meditar en un pasado incómodo. Las islas Malvinas para la Argentina son dos temas a la vez. Por un lado, un sueño, una demanda y un reclamo de poseer ese territorio. Hoy, 40 años después del conflicto,

POR
KENIA HERNÁNDEZ
RIVERA

Con más de 400 páginas, ‘Demasiado lejos’, de Eduardo Sacheri, reconstruye la memoria de 1982 y el peso simbólico de las Malvinas en la sociedad argentina.



EDUARDO ALFREDO SACHERI es un escritor, guionista, historiador y docente argentino.

la sociedad argentina sigue plantada en esa reivindicación. Pero otro tema es la guerra de 1982, ocurrida bajo la dictadura militar y acompañada por un fervor popular. Lo de todo

un pueblo acompañando fervorosamente una acción dictatorial es incómodo, y encima coronada con la derrota. Este conjunto de factores genera molestia.

FOTO: SILVANA FLORES

“NO ME INTERESABAN LOS LÍDERES DE LA GUERRA”

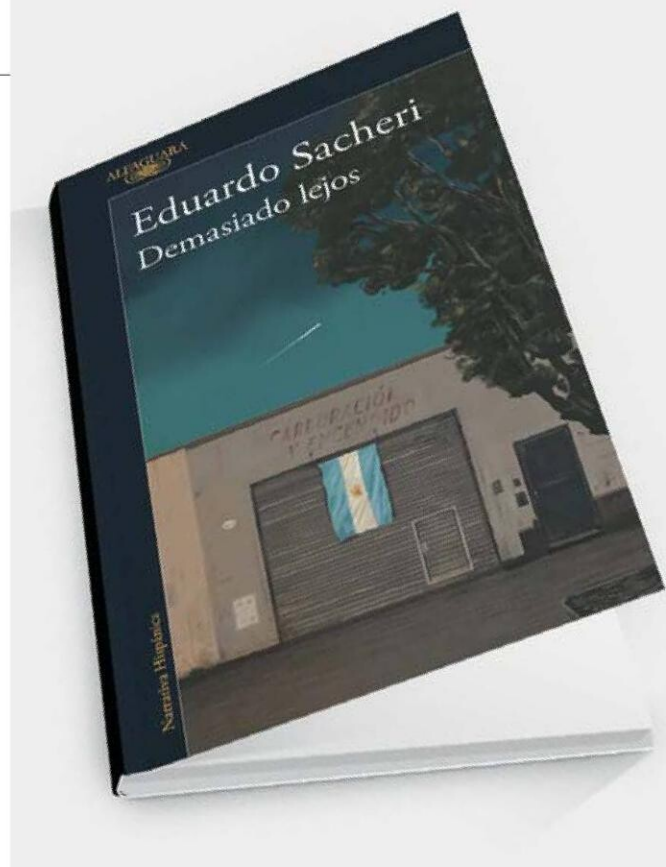
EN SU OBRA, LOS PROTAGONISTAS NO son altos mandos ni líderes políticos, sino personas comunes: familias de combatientes, un mozo y cocinero de la Casa Rosada —sede del Poder Ejecutivo—, una secretaria de tercera clase del Ministerio de Relaciones Exteriores...

La guerra aparece no como escenario directo, sino como una presencia intangible que invade la vida cotidiana: en las charlas de café, en los diarios y, sobre todo, en los silencios. Situada en Buenos Aires, sigue a Carlitos, Antonio y el Conejo, soldados conscriptos clase 1962 recién licenciados que son reincorporados y enviados al frente.

—¿Qué implicó crear personajes dentro de una estructura narrativa coral?

—No me interesaban los líderes de la guerra. Preferí descender hasta el nivel de los individuos que resultaron profundamente afectados. Busqué que esos personajes permitieran, por ejemplo, al lector mexicano, comprender la angustia y el anhelo de que todo terminara. Me interesaba la experiencia humana del conflicto, la manera en que la distancia transforma la realidad y el modo en que las emociones se alteran según avanzan los acontecimientos. Quería mostrar cómo se vive una guerra cuando se está demasiado lejos de ella, pero al mismo tiempo atrapado por su relato. De allí el título de la obra.

El escritor y guionista nacido en 1967 era un adolescente cuando estalló esa pugna. Como la mayoría, vivió el entusiasmo ingenuo de quienes, desde la capital, siguieron una guerra transmitida por los medios bajo un filtro triunfalista. Años



EDUARDO SACHERI, el escritor más leído de Argentina, se adentra en uno de los episodios más emblemáticos de la historia argentina reciente: la guerra de las Malvinas.

después, con su formación como historiador, asumió sus propios reproches.

“No debí ser tan crédulo e inocente. Ese sano escepticismo me ha acompañado toda la vida. La guerra tuvo lugar a más de 2,000 kilómetros de Buenos Aires, exclusivamente en el territorio insular. No había internet, ni teléfonos inteligentes, nada; salvo un relato construido por el gobierno militar y los medios de comunicación, que en general confluyen en una mira optimista de proyectar una imagen de solidez y logro, cuando fue muy notable el final abrupto. La rendición de mi país fue el 14 de junio, pero hasta el 10 de junio de 1982 la sensación era de un ganador”, apunta.

Hoy, 40 años después del conflicto, la sociedad argentina sigue plantada en esa reivindicación.

UNA NARRATIVA COLECTIVA

SI BIEN *DEMASIADO LEJOS* NO ES EL primer texto que aborda el tema, al existir *Los pichiciegos*, de Rodolfo Fogwill, o *Las islas*, de Carlos Gamerro, y algunos trabajos del historiador Federico Lorenz, Sacheri argumenta que “sobran los dedos de ambas manos para nombrar novelas sobre las Malvinas”, por eso su interés de escribir un libro de 426 páginas, cuya portada muestra un pequeño negocio que trae escrito “Carburación y encendido” y del que cuelga una bandera argentina, aparentemente ondeada por el viento.

En el cine, comparte, destaca *Iluminados por el fuego*, una cinta de 2005 dirigida por Tristán Bauer, basada en un libro del excombatiente Edgardo Esteban. Además de *Los chicos de la guerra*, un filme inspirado en la novela homónima de Daniel Kon, ambos centrados en las historias de jóvenes soldados argentinos de diferentes clases sociales que fueron enviados a combatir.

Para el escritor de 57 años, vestido con una camisa azul perfectamente abotonada y un pantalón café, escribir sobre la isla no fue solo un ejercicio de memoria, sino también de vigencia: “Cualquier sociedad enfrenta hoy narrativas hegemónicas que nos exigen tomar partido, proclamar una verdad. Malvinas fue también eso, una narrativa colectiva, trágicamente poderosa”.

Y remata con el siguiente mensaje: “Desde 1833 están en manos británicas. Argentina las reclamó desde el siglo XIX, pero en el XX bajó al sistema educativo. En las escuelas desde 1930 te enseñan que ese territorio es parte del país colindante con Brasil y Chile y se le atribuye un cargo sentimental, de que seremos

una gran nación cuando estemos completos, es decir, cuando sean nuestras las Malvinas. Explicado pierde su magia, como todo mito, pero no se puede ignorar la fuerza que ejerce”.

“DEMASIADO LEJOS” TENDRÁ UN ESPEJO

EL REPERTORIO DE SACHERI HA SIDO traducido a más de 20 idiomas. De igual manera, colabora en diarios y revistas nacionales e internacionales. Entre sus obras más sobresalientes está *La pregunta de sus ojos*, la cual fue llevada al cine por Juan José Campanella; una cinta que fue distinguida con el Óscar a Mejor película extranjera en 2010 y cuyo guion estuvo a cargo tanto del director como de él.

En tanto, *Aráoz y la verdad* fue adaptada al teatro; *Papeles en el viento* fue filmada por Juan Taratuto y *La noche de la Usina* tiene su versión cinematográfica con el título *La odisea de los giles*, dirigida por Sebastián Borensztein.

Entre sus próximos proyectos figura un “espejo” de *Demasiado lejos*, que llevará por nombre ¿Qué quedará de nosotros?, prevista para publicarse en noviembre de 2025 en Argentina y España, y entre mayo y junio de 2026 en México. Allí sí estarán los soldados en las islas, con la crudeza de la guerra en primera persona.

“Quise separar los mundos porque son experiencias irreconciliables. En Buenos Aires, la guerra era un relato; en las islas, era una cuestión de vida o muerte”, adelanta.

Aunado a lo anterior, el autor no descarta una adaptación al cine o al teatro, aunque pone condiciones: que sea de la mano de alguien con quien comparta sensibilidad estéti-



“NO ME INTERESABAN LOS LÍDERES DE LA GUERRA. Preferí descender hasta el nivel de los individuos que resultaron profundamente afectados”.

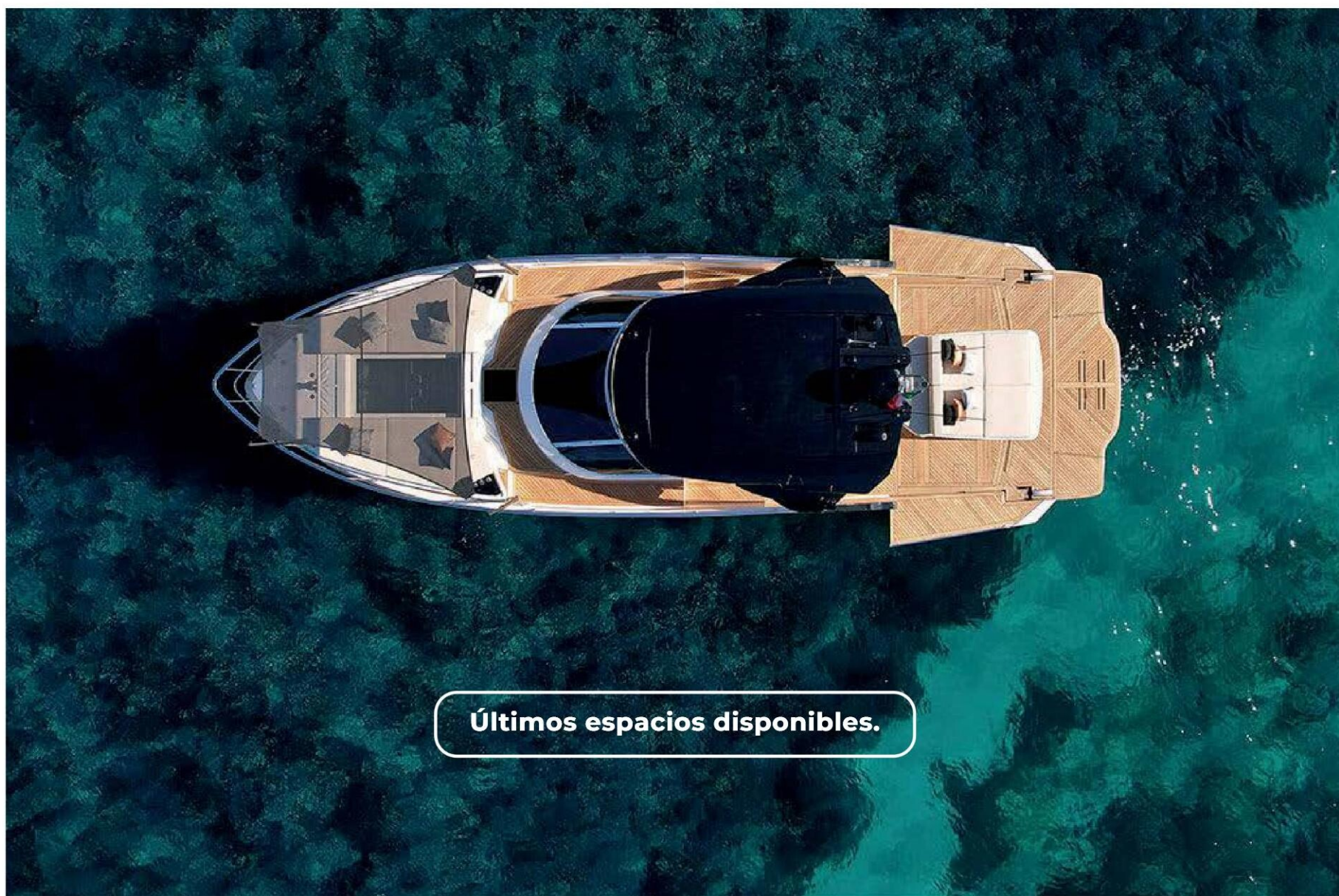
“Cualquier sociedad enfrenta hoy narrativas hegemónicas que nos exigen tomar partido, proclamar una verdad”.

ca. “Cada lector es un nuevo creador del libro. Pasarlo a otro lenguaje implica un acuerdo difícil, pero si se da, me entusiasma”.

En contexto, la madrugada del 2 de abril de 1982 el frío del Atlántico Sur fue testigo de un hecho que marcaría a generaciones enteras: soldados argentinos desembarcaban en las Islas Malvinas con la orden de recuperar un territorio re-

clamado desde hacía casi 150 años. En Buenos Aires, la noticia corrió como pólvora. Multitudes se volcaron a las plazas, ondeando banderas y entonando el himno, convencidos de que al fin la patria había recuperado lo suyo.

Pero a miles de kilómetros, en Londres, la primera ministra Margaret Thatcher no tardó en responder. Lo que en Argentina se vivía como una victoria simbólica, en el Reino Unido era visto como un desafío directo al poder de una potencia mundial. Durante 74 días, la guerra se desplegó en tres frentes: aire, mar y tierra. El 14 de junio del mismo año, tras semanas de combates, el Reino Unido reconquistó las Islas Malvinas y la vecina Georgia del Sur. **N**





El fraude también podría tocar a tu puerta.

Nunca le entregues tu tarjeta ni tu NIP a nadie. Si cambias de tarjeta, asegúrate de destruir el plástico y el chip anterior.

Aquí. Para ti. Siempre.